

Т.И. Маклецова

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА

Конспект лекций

Витебск
2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

Т.И. Маклецова

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА

Конспект лекций

для студентов специальности 1-19 01-01 «Дизайн»
направления специальности 1-19 01 01- 05 «Дизайн костюма и тканей»

Витебск
2018

УДК 745
ББК 30.18
М 15

Рецензенты:

кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой «Дизайна и моды»
УО «ВГТУ» Абрамович Н. А.;

кандидат технических наук, доцент кафедры «Технологии и оборудование
машиностроительного производства» УО «ВГТУ» Ковчур А. С.;

доцент кафедры изобразительного искусства, кандидат искусствоведения
УО «ВГУ им. П.М. Машерова» Цыбульский М. Л.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским
советом УО «ВГТУ», протокол № 2 от 23.02.2018.

Маклецова, Т. И.

М 15 Теория и методология дизайна : конспект лекций / Т. И. Маклецова. –
Витебск : УО «ВГТУ», 2018. – 97 с.
ISBN 978-985-481-555-8

В конспекте лекций рассмотрены теоретические материалы к выполнению
профилирующих заданий по дисциплине «Дизайн-проектирование».

Данный курс содержит материалы о сущности основополагающих понятий и методов
проектирования.

Конспект лекций помогает студентам приобрести теоретические и аналитические
знания для творческого выполнения проектных задач, дает базовые знания и стимулирует
образно-графическое мышление.

УДК 745
ББК 30.18

ISBN 978-985-481-555-8

© УО «ВГТУ», 2018

Содержание

Введение	5
1 ЗНАЧЕНИЕ И СУЩНОСТЬ ДИЗАЙНА	7
1.1 Дизайн как предметное творчество	12
1.2 Понятие социальной роли в дизайне	15
1.3 Дизайн и культура	16
1.4 Культура и цивилизация	19
2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ: ДИЗАЙН-ОБЪЕКТ, ДИЗАЙН, ДИЗАЙН-ПРОЕКТ	20
2.1 Социальные функции моды	21
2.2 Дизайн как предметное творчество	24
2.3 Методика проектирования	26
3 СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ	26
3.1 Приемы, используемые в проектной деятельности	27
3.2 Инструментальные и знаковые функции вещи	28
3.3 Когда символы не работают	30
3.4 Символы как язык дизайна	31
4 ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ	32
4.1 Система разработки дизайн-проекта	33
4.2 Этапы проектирования	33
4.3 Способы формообразования одежды	34
4.4 Типологизация в дизайн-проекте	35
5 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ. ОБРАЗ В ДИЗАЙНЕ	37
5.1 Культурный образец дизайна	39
5.2 Проект и художественный образ	41
5.3 Феномен вещи в дизайне	44
6 ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО МЫШЛЕНИЯ	47
6.1 Определение понятия «дух времени»	49
6.2 Художественное творчество и проблемы восприятия	50
6.3 Методы художественно-образного моделирования	50
6.4 Использование в дизайне «культурного образца»	51
7 МЕТОДИКА ОБРАЗНОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ	53

8 МЕТОДЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ	59
8.1 Методика предпроектного анализа	60
8.2 Виртуальная реальность	65
8.3 Эргономика в дизайне.....	66
8.4 Создание сценария дизайн-проекта.....	69
8.5 Понятие функциональности в проектировке дизайнерских объектов	76
8.6 Аналоговое и инновационное проектирование.....	84
8.7 Особенность дизайнерского мышления.....	85
8.8 Анализ и методы оценки уровня дизайн-объекта.....	91
8.9 Создание сценария реализации объекта	92
ЛИТЕРАТУРА	96

Введение

Дизайн-подготовка направлена на формирование личности проектанта, воспитание навыков комбинаторного мышления, умение генерировать множество творческих идей. Дизайн-проектирование – оригинальное сочетание функциональной целесообразности и эргономики + культурные нормы. Цель достигается путем развития стилизованного образно-графического мышления. Объектом дизайна может оказаться практически любая вещь, совокупность вещей, предметно-пространственная среда или любое информационное сообщение, если они непосредственно соприкасаются с жизнью человека. Целью дизайна является гуманизация материального окружения человека, выражающаяся в его упорядочивании соответственно этическим и эстетическим нормам. Методы дизайна наиболее близки к композиционным, а в проектировании уделяют внимание эргономическим, социально-культурным и психологическим характеристикам. Особенность профессионального мышления – образность, системность, инновационность. Дизайн - проектная практика, требующая органического совмещения образного и системного мышления. Адресатом дизайна может быть любой человек. Потребителем дизайн-продукта может быть любой человек, а также любое живое существо.

Дизайн-проект – комплект документов и материалов определенного свойства, характеризующий все окончательные решения по формированию дизайн-объекта. Дизайн-проект – это поэтапно расписанная концепция создания конкретного объекта. Проектность – соединение мышления и на практике конкретного и возможного. Дизайн-объект – конечный результат.

Основные категории дизайн-объекта:

Образ – идеальное представление об объекте, художественно-образная модель, созданная воображением дизайнера.

Функция – работа, которую должно выполнять изделие, а также смысловая, знаковая и ценностная роли «вещи». О «вещи»:

С точки зрения формообразования «вещь» может быть геометрическая, органическая, метафорическая и технонаучная (на геометрических формах, по принципу природных условий, образная).

В геометрической «вещи» разделяются: структурный подход (композиция строится на повторении элементов по принципу структуры – жесткая взаимосвязь элементов: кирпичная стена, пазлы), конструктивный подход (композиция складывается из разных исходных элементов) и знаковый подход (когда объект состоит из простых символических знаков: орнамент).

Органическое формообразование опирается на объекты природы (композиция вырастающих кристаллов, растительных форм).

Метафорическое формообразование – взаимосоединение природных форм и форм, придуманных человеком: гусиное перо.

Технонаучный подход (с конца 90-х гг.) – формы, придуманные новейшими компьютерными технологиями, нанотехнологиями.

Морфология – строение, структура формы изделия, организованная в соответствии с его функцией, материалом и способом изготовления, воплощающая замысел дизайнера.

Технологическая форма – морфология, воплощенная в способе промышленного производства вещи-объекта дизайн-проектирования в результате художественного осмысления технологии.

Эстетическая ценность – особое значение объекта, выявляемое человеком в ситуации эстетического восприятия, эмоционального, чувственного переживания и оценки степени соответствия объекта эстетическому идеалу субъекта.

Дизайн – система проектирования, удовлетворяющая ряду противоположных условий: обслуживание любых запросов потребителей, обслуживание любых нужд потребителей, самовыражение внутренне свободного художника, философия управления, ликвидация хаоса форм, создание новой форм, развитие общества, сохранение «статус кво», обеспечение коммерческого успеха, создание непреходящих культурных ценностей, раздел массового искусства.

1 ЗНАЧЕНИЕ И СУЩНОСТЬ ДИЗАЙНА

Дизайн открывает широкие возможности материализации эстетических идей, новые горизонты красоты и величия человека. Дизайн – это уникальное по своей природе явление, востребовал множество естественных дарований человека, ценности эстетики, этики, уважения и заботы о людях. Дизайн в современном обществе – это, прежде всего, одно из условий получения прибыли, поскольку, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары. Задачей дизайна становится предельная конкретизация потребления, индивидуализация результатов проекта, внедрение в практику дизайна методов соучастия. Дизайн ставит перед собой задачи, связанные не только с решением проблем материальной оснащённости бытия, но и вполне конкретные задачи, направленные на активизацию пассивного потребительства. Дизайн помогает человеку ощутить насыщенность собственного существования разнообразием возможностей, помогает ощутить обладание собственным богатым воображением.

Обобщённой функцией дизайна является осуществление обратной связи между производством и потреблением. Конкурируют не столько продукты, сколько их действительная или иллюзорная новизна. Поскольку конкурентоспособным товаром становится уже не сам продукт, а приписываемые ему качества, становятся необходимы службы по созданию всё новых символических различий, обладающих ценностью для потребителя и приносящие эти качества в продукт на стадии проектирования.

Современный дизайн – это не только опредмечивание материальных человеческих потребностей, но и овеществление ценностей духовных, реализация в дизайнерской форме сущностного содержания эпохи. Дизайн возникает в условиях промышленного производства и тиражирования форм, но с целью добиться соответствия этих форм параметрам человека. Массовое индустриальное производство и потребление не устраняют потребности в эстетически значимых вещах, учитывающих индивидуальные ценностные ориентации, пристрастия, вкусы, привычки. Отличие вещей, созданных дизайнером, заключается в том, что они ориентированы не только на техническую и технологическую целесообразность, но и на пластическую выразительность. Таким образом, дизайн несет в себе посредническую миссию. Он обеспечивает продуктивное взаимодействие между человеком и машинной формой так, чтобы обе стороны процесса не утратили бы своих существенных черт, одновременно оказываясь способными к этому взаимодействию. Расширение массового производства и потребительского рынка привело к обособлению ценности продукта от его утилитарной функции. Всё большее значение приобретает дополнительная социально-культурная потребительская ценность продукта, обусловленная качествами, привнесёнными особым трудом. Эта ценность определяется дополнительными удобствами, комфортностью. Однако всё большее значение приобретает другое содержание потребительской

ценности – визуальное выражение статуса. В книге «Художник в дизайне» её автор Е. А. Розенблюм отмечает: «Быть "возбудителем беспокойства" в обществе – значит для дизайнера постоянно выходить за пределы сложившихся стереотипов, ломать их, творить новые оригинальные формы, предощущать в будничной прозе сегодняшнего дня тенденции завтрашнего. Как "возбудитель беспокойства" дизайнер призван освободить человека от давления закостеневающей и потому давящей предметной среды, опираясь на просыпающуюся жажду раскрепощения». Таким образом, профессиональная деятельность дизайнера, как развивающаяся на социальной почве, так и опирающаяся на естественные качества человека (эстетические, эмоциональные и интеллектуальные), определила роль и место дизайна в общественной жизни. Смысл дизайна – стать уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества, возвышать личность, делать её полной самоуважения и достоинства, открывать перед ней пути совершенствования себя и окружающего социального и природного мира. Дизайн представляет собой не только один из основных источников и носителей социальных изменений; тщательного философского анализа требует тот фундаментальный факт, что дизайн становится эффективной формой контроля за индивидуальным поведением человека, формой социального планирования основных социально-онтологических измерений индивидуального бытия человека. Его основное предназначение – гармонизация человеческого бытия. Таким образом, генеральной функцией дизайна является эстетическая гармонизация бытия человека в предметном мире в условиях крупного промышленного производства.

Позитивная сущность дизайна безгранична. Дизайн-продукт оказывает положительное влияние на общую социальную атмосферу, он формирует эстетический вкус, аккумулирует энергопотенциал людей, поднимает их работоспособность, создаёт условия для эффективной творческой деятельности, повышает уважение к непосредственной среде человеческого существования, делает её, безусловно, более человеческой. Всё это так. Однако нынешние предприниматели, ориентированные на реальный (производственный) сектор экономики, оказались в сложной ситуации, как будто не позволяющей им пользоваться услугами дизайнеров: слишком велики затраты на необходимое для этого техническое оснащение производства. И всё же каждому предпринимателю следует осознать, что в условиях конкуренции необходимо искать решения не только технических, но и дизайнерских проблем, ибо при прочих равных реализуется товар с наилучшими эстетическими показателями. Создаваемая продукция – результат технической, научной и дизайнерской мысли. Это изначально должно ориентировать бизнес на сотрудничество с дизайнерами. Причины трудностей системны. Дизайнер, как и любой человек, имеющий навыки рисования, способен находить в природе подсказки своим замыслам. Профессионального дизайнера отличает развитое воображение, которое объединяет мысль и фантазию, что даёт ему возможность дарить людям прекрасное и одновременно целесообразное

способствующее, по большому счёту, радости и гармонии в отношениях между людьми и всеми сложными элементами социального целого. В сфере проектирования изобразительная грамота имеет первостепенное значение. Здесь у дизайнера рождается и визуально лелеется – вплоть до окончательной реализации замысла – не что иное, как подлинная забота о человеке; он ориентируется на эстетическое освоение всего многообразия творимой им второй природы. Дизайнер тщательно учитывает многие сущностные возможности как человека, так и проектируемого изделия. В эскизах, графических решениях он доводит многие формообразующие элементы, детали и узлы до предельного гармонического совершенства, как бы продолжая функциональное в сферу эстетического. Однако на практике в проектной сфере, различного рода конструкторских и технологических службах учитывается не столько человек как высшая ценность, сколько технологические или правовые нормативы. В силу формального и абстрактного характера они не включают в себя многие эстетические показатели: композиционное совершенство, информативность формы, гармоничность формы, стилевое единство и т. д. Дизайн – это особый продукт специфического (эстетико-дизайнерского), адогматического, абстрактного и вместе с тем образного мышления. Оно формируется в том числе и на основе фундаментальных знаний: философии, эстетики, антропологии, основ изобразительной грамоты, психологии. Оно предполагает изучение техники, технологии, эргономики, экологии, бионики, цветоведения, методологии комплексного и системного проектирования и др. На этапе замысла эти знания не только взаимодействуют и переплетаются, но и трансформируются в эвристическую интуицию, в эмоционально-интеллектуальный импульс, дающий возможность подняться на более высокую ступень понимания стоящей проблемы и позволяющий совершить открытие или изобретение. Дизайнерская деятельность протекает на стыке материальной и духовной сфер. В её компетенцию могут попасть не только предметы, но и механизмы хозяйственного управления, различные формы социальной деятельности. Всё это говорит о практически безграничном горизонте интересов и возможностей дизайна. Немаловажна и гармонизирующая значимость работы дизайнера. В условиях разбалансированности многих звеньев социального механизма, когда экономика, финансы, производство, человеческие отношения нестабильны, дизайн как социокультурный феномен способен содействовать восстановлению баланса и гармонии. В своих трудах они говорили об особой социальной важности эстетической жизни человека и общества. Ещё одной прерогативой дизайна является его социально-психологическая функция. Дизайн – созидатель не только личностного, но и социально-психологического комфорта. Таким образом, дизайн – достаточно специфичная и важная сфера деятельности людей, которая по природе своей так же гуманистична, как, скажем, образование, наука, здравоохранение. Его функции – не только создание соответствующих продуктов, но и консультативные, методические и координационные. Другими словами, дизайн – это особая отрасль жизнедеятельности людей. Она, как и другие

отрасли, должна осуществлять методическое руководство и координацию проектных работ в отраслевых хозяйствах страны, входить в систему образования и воспитания, также как и в систему управления социальными процессами. Механизмом нашего «позиционирования» в обществе профессионально занимаются такие науки, как социология и социальная психология, но для дизайнерского проектирования существенно понять главное: человек не тождественен своей социальной роли, ни сиюминутной, ни принятой на себя на какой-то продолжительный срок. Впрочем, нельзя не заметить, что принятая на себя социальная роль, тип ролевого поведения, конечно же, коррелируют с характером самой личности. Набор основных социальных ролей, то, в какой форме они реализуются, – все это не может не зависеть от человеческого содержания актера, но режиссером всего спектакля все равно является социально-культурная реальность, в которую этот человек погружен.

Человек может искренне идентифицировать себя с каким-то образом или сознательно формировать свой имидж «для внешнего употребления», но в любом случае это будет роль, а не сам он во всей его человеческой полноте. Попытки отразить образ целостного человека можно отыскать в художественной литературе, в философии, но социальная роль, социальный имидж – это всегда стилизация и упрощение, приведение к чему-то уже известному (даже если кому-то его роль и представляется невероятно оригинальной). Поэтому, когда дизайнер создает проект адресно-направленной вещи (или решает иную задачу в рамках своей профессии), он берет в расчет не то, каков человек в реальности – возможно, для него и непостижимой. Дизайнер учитывает, в какой роли предстает этот человек перед собой и перед окружающими, к какому потребительскому типу он относится. Ведь имидж всегда ситуативен и концептуален, то есть он зависит от конкретной ситуации и определенного жизненного контекста.

Конкретно сформулированная задача проектирования уточняет и содержание ролей, характер которых важно учесть в данном проекте. Конкретная личность в своем исполнении обусловленных обстоятельствами ролей способна как усложняться, так и регрессировать, что существенно для целей дизайнера. Вот пример, демонстрирующий взаимосвязанность, но не тождественность человека и его ролевого поведения. В контексте дизайнерской разработки концепции телевизионного канала (руководитель темы – О. А. Горбань) в результате были смоделированы три группы потребителей телевизионной информации. Вся телевизионная аудитория в соответствии с духом времени (шел 1992 год) была условно поделена на людей с активной жизненной позицией и позицией пассивной, что, по мнению авторов разработки, влияет на предпочтения в выборе ТВ-программ: первый тип деятелен, созидателен, представителей его немного, но именно они определяют направление развития общества, а значит, современно звучащий канал должен ориентироваться на их вкусы.

Второй тип представляет, прежде всего, потребителя, пусть даже не только материальный, но и интеллектуально-духовный продукт. Они – не творцы, а вполне достойные обыватели, каких большинство, но кто цементирует фундамент стабильного общества. Это подчеркивало особую актуальность работы с таким зрителем в ситуации социально-культурного дискомфорта. Затем, уточняя подход, реальное положение дел в обществе было переведено на язык художественного моделирования социальных ролей, и роли эти названы, что помогло эмоционально ощутить их потребительские имиджи: упование людей с пассивной жизненной позицией направлено на идею везения, этот тип так и назван был «Счастливчик».

В свою очередь активная позиция реализуется двумя путями:

- через овладение реальной жизненной ситуацией – такой тип назван был «Победитель»;

- через проникновение в мыслительные и творческие глубины – такой тип получил имя «Мастер».

Затем были подробно проанализированы ценностные предпочтения каждого из этих трех типов в различных сферах человеческого бытия (см. об этом далее). Здесь же нам важно отметить, что названные социально-культурные роли в зависимости от ситуации могут с легкостью меняться местами. То есть один и тот же человек по отношению к просмотру ТВ-передачи может переходить из одной роли, или позиции, в другую.

Например, тип «Победитель» в фазе активных действий стремится поддержать свое «Я» убедительными примерам достижения высокого результата. Но в период релаксации он же стремится уйти от своего «Я» и предпочитает ТВ-передачи, адресованные «Счастливчику», то есть сам этим «Счастливчиком» и становится. Так же и с ролью «Мастера»: эта позиция может быть близка телезрителю, в данный период углубленно работающему, например, над сценарием или постановкой спектакля. Если в этом состоянии он вообще склонен смотреть телевизор, то им могут быть востребованы достаточно интеллектуальные и даже элитарные по своему содержанию передачи, поддерживающие его творческий настрой. Но вот премьера состоялась, начался период фестивалей и положительных откликов прессы – и наш «Мастер» превращается в «Победителя», с удовольствием ловящего внешние реакции на свое произведение, информацию о других «Победителях», столь же, как и он, успешных.

К сказанному стоит добавить вот что: когда работа дизайнеров над типологией телезрителей была закончена, к творческой группе был подключен социальный психолог. Профессиональный консультант нашел, что дизайнеры автономно, исходя лишь из собственного профессионального опыта и интуиции, как говорится, «попали в яблочко». Это подтвердилось в процессе так называемых панельных опросов: в конкретной социально-психологической ситуации того времени аудитория четко распалась именно на такие группы, и предпочтения, ожидания, вкусы каждой из них полностью совпали с теми, что были смоделированы дизайнерами.

Работа над типологией адресатов дизайн-продукции традиционно всегда была необходимым этапом всякой серьезной дизайнерской разработки. Опыт показывает, что, конечно же, следует советоваться с различными специалистами, изучать их опыт, согласовывать с ним свои изыскания, но выводы делать надо самим! Социологи, социальные психологи проводят конкретные исследования с последующей интерпретацией результатов, они экстраполируют выявленные тенденции, работая тем не менее с уже существующим материалом и в уже сложившейся ситуации. Их работа совершенно необходима во многих областях общественной жизни, но далее не всегда дает нужные ориентиры для дизайна. Дизайн – деятельность, как уже говорилось, не только проектная, то есть прогностическая, рациональная, но и интуитивная, здесь требуются иные, пусть менее точные на данный момент, но в перспективе более гибкие и вероятностные подходы.

1.1 Дизайн как предметное творчество

1. Термином «дизайн», как правило, обозначается вид проектной деятельности по гармонизации и эстетизации материальной культуры, проявляющейся в этой деятельности в создании утилитарно-эстетических качеств вещей, предметов, техники и других элементов предметной среды. Сущностное понимание дизайна коррелируется с его функционированием как деятельности, совмещающей красоту и пользу. Дизайн – специфическая сфера деятельности по разработке (проектированию) предметно-пространственной среды, а также жизненных ситуаций, с целью придания результатам проектирования и производства высоких потребительских и утилитарных свойств, эстетических качеств, оптимизации и гармонизации жизни человека и общества.

2. Дизайн как проектная деятельность особого рода имеет определенную специфику, проявляющуюся в доминировании эстетически представленной практической функции. Специфика деятельности дизайнера может быть философски проинтерпретирована как единство материальной, формальной, целевой и движущей причин (Аристотель). Исторически возникшая потребность эстетизации повседневности сопровождалась тем, что уникальные утилитарные вещи дополнительно приобретали неутилитарные качества, становясь предметами декоративного искусства. В результате промышленной революции новой формой тиражирования эстетического в массовой производственной практике на рубеже XIX–XX веков становится дизайн. Цель дизайна – проект синтеза красоты и пользы, причина – снижение эстетического уровня в процессе массового производства и потребления, форма – стилизация эстетического, материал – фактура вещества, отвечающая нормам и требованиям стилизации. Дизайн выступает как ответ на запрос общества потребления в эстетизации своей повседневной жизни.

В обществе потребления характерной чертой дизайна является многообразие видов соотношения пользы и красоты от стайлинга (приоритет модной формы) до функционализма (приоритет назначения вещи), что обусловлено в конечном итоге «грубой практической потребностью» (К. Маркс) сбыта вещей в рыночных условиях.

3. Дизайн как явление, сопровождающее промышленную, художественно-техническую деятельность человечества, историчен. Если дизайн XIX – начала XX века, переплетаясь с декоративным искусством и архитектурой, воплощал в себе большие стили вроде ар-нуво, ар-деко, то в начале XX века проектная деятельность как разновидность функционализма обособилась в процессе производства полезных типовых вещей. В дальнейшем с середины XX века возникла тенденция преодоления стереотипов в виде разрозненного коллажа различных стилей. Усиление роли современного дизайна связано с нарастанием глобальных проблем, а его задачи зависят от решения экологических, урбанистических, этнографических, гуманистических проблем культуры.

4. Специфика формирования российского дизайна в определенной степени зависела от идеологии, что обусловило высокую степень семиотизации дизайнерских разработок в русле агитационно-массовой работы. Социокультурными предпосылками российского дизайна стали: промышленная революция XIX века, создавшая массовое производство; процесс популяризации технических достижений (Всероссийские промышленные выставки); идеология Пролеткульта и концепция «производственного искусства». К эстетическим предпосылкам российского дизайна относятся: особенности стилистики русского авангарда; создание концепций проектной культуры представителями кубофутуризма и конструктивизма; влияние культуры Серебряного века на эстетические искания художников левого направления. Поэтому, в отличие от объектного, промышленного искусства Запада, особенностью российского проектирования стало формирование идеологически ориентированного дизайна.

В становлении и развитии дизайна решающую роль сыграло стремительное развитие техники, усовершенствование материалов и методов производства. Постепенно нарастающие темпы в течение XIX века технические достижения отчетливо обозначили противоречия между новыми дизайнерскими проектами и традиционными формами.

Развитие машинного производства привело к украшению изделий, зачастую без всякой связи с их конструктивным решением. Выбор стиля был произвольным. Первые попытки перейти к формообразованию, определяющему назначение и идею предмета в 80-х гг. XIX в., были подавлены консерватизмом господствующих общественных вкусов.

Лишенное принципиальной теоретической основы творчество представителей XIX века больше не вызывало интерес у общественности. Начался новый этап в развитии сложного многогранного явления, именуемого дизайном. Искание новых форм, резкий разрыв с прошлым

является общей чертой этого нового этапа в истории дизайна. Ведущее место в дизайне занял функционализм, поскольку он опирался на объективные законы формообразования. Важным преимуществом функционализма явилось то, что он придавал большое значение экономии материала и трудовых затрат.

Преобладание рационалистического начала функционализма, явно проявляющегося в практике и теории дизайнеров 20-х гг., не означает, однако, отсутствия у него эстетических концепций. Благодаря новым конструктивным приемам в композицию были введены большие стеклянные поверхности, произошел отказ от декоративных элементов, появилась склонность к простым геометрическим формам.

Выдающиеся представители дизайна 20-х гг. В. Гропиус, Г. Майер, Мис ван дер Роэ, Ле Корбюзье и другие в первую очередь обращали свой интерес к социальным проблемам дизайна – массовому производству.

В обществе потребления характерной чертой являлось равнодушие к взаимозамене пользы и красоты в условиях технического прогресса, недооценка потребности общества в духовности и художественности в предметном мире. Потребность в чем-либо определяет установку на деятельность, удовлетворяющую эту новую потребность, это является критерием улучшения условий быта, усовершенствования орудий труда, роста благосостояния, постоянной творческой деятельности, одним словом – цивилизационным развитием.

Одновременно, с усилением ретроспективных тенденций в 60-х гг., возникли новые концепции в дизайне, вылившиеся к 1970 г. в системный подход к художественной культуре и проектной деятельности. Теоретики Д. Азрикан, А. Иконников, М. Каган, М. Коськов, Л. Кузьмичев, Е. Лазарев, Л. Переверзев создали единую методологию системного анализа, имея каждый свое сугубо личное мнение на этот счет.

Дизайн как результат практической, художественно-технической деятельности историчен, так как каждая историческая эпоха характерна своими формами освоения предметного мира. Противоречие современного дизайна состоит в различии точек зрения на специфику деятельности дизайна: целесообразность технологии, или отказ от нее, актуальность дизайн-процесса, или его неприятие, важность истории и социальных проблем или формотворчества. Дизайн – целостная система деятельности, которой принадлежат важные социальные и культурные функции: в массовом потреблении он является узлом взаимодействия производства и рынка через придание внешним формам изделий потребительского вида.

Дизайн в числе множества задач выполняет эстетическую функцию: красивые и удобные вещи формируют вкус и вырабатывают потребность в красоте. Дизайн является новым направлением в развитии культуры индустриального, а затем и постиндустриального общества, основанного на экономическом росте, высокой технизации труда. Это порождает противоречие в современном дизайне, поскольку сторонники одних его направлений считают технологию целесообразной, другие отвергают ее, одни приветствуют дизайн-

процесс, другие – нет. Также одни заняты историей и социальными проблемами, другие же – формотворчеством.

В теории дизайнерской деятельности существенное место отводится обоснованию новых подходов в проектировании. Современная техника меняет привычные формы всех видов человеческой деятельности: трудовой, учебной, управленческой, научной, а также эстетической. Именно этот вид деятельности требует от дизайна принципиально нового подхода к преобразованию окружающей среды и предметного мира. Изменение форм деятельности — это тоже деятельность, которая по определению должна быть сознательной и ответственной. Рассмотрение дизайна как мира деятельности, ее продуктов, условий и форм организации проливает свет на собственную природу дизайна и те изменения, которые в нем происходят.

Проследив долгий путь дизайна как культурного явления, можно сделать вывод, что он не существует сам по себе. Как абстрактное художественное творчество, конструирование, он всегда предметен и материален. Как форма вещи, он обладает главными свойствами выразительности: объемом, пространством, пластикой, пропорцией, ритмом, фактурой и цветом и т. д. Все эти средства подчинены эргономическим целям и задачам технической эстетики: удобству, облегчению использования вещи, комфорту и простоте обслуживания.

1.2 Понятие социальной роли в дизайне

Безусловно, рассуждения о социальных ролях, – это из области общественных наук специальных исследований, интерпретаций и обобщений. И все же художественное моделирование потенциального потребителя в дизайне не то же самое, что использование готовых результатов специальных социологических исследований. Какое значение имеет для дизайнера понимание того, что адресат его проекта – вовсе не реальный человек, а исполняемая этим человеком социальная роль? Без ассимиляции этой идеи профессиональным сознанием невозможно перейти к проблеме выстраивания типологии потребителей, а это всегда составляло неотъемлемую и весьма важную часть любого серьезного предпроектного исследования. При всем признании ценности объективных данных науки, только применение метода художественного моделирования потребителя позволяет дизайнеру создать выразительный, эмоционально и чувственно постигаемый, будящий объемно-пространственный воображение образ потребителя.

Хотим мы этого или нет, замечаем это за собой или считаем, что в своем поведении, в своих пристрастиях совершенно естественны – все мы повседневно исполняем множество ролей, которые называются социальными, поскольку разыгрываются не на подмостках театра, а в этой нашей жизни среди людей. Даже оставшись наедине с собой, мы бессознательно примериваем на

себя разные роли. Это может быть роль тоскующего в одиночестве или наслаждающегося возможностью побыть одному, скучающего от безделья или полного решимости переделать все накопившиеся дела. В своей повседневной жизни мы из роли друга переходим в роль спешащего по делам горожанина, а затем – в роль делового партнера или исправного служащего, а может быть, «свободного художника». Мы с полной искренностью играем роль сына или родителя, а вслед за этим – роль участника веселого застолья... и так далее. Если бы мы, переходя от ситуации к ситуации, не меняли эти роли, то оказались бы социально разадаптированными и везде бы вели себя неуместно, неловко.

То, как именно мы играем эти свои роли, конечно же, регламентируется стереотипами этнической и национальной культуры, нормами сложившейся цивилизации, обычаями эпохи. Если мы вдруг примемся вести себя как-то несоответственно, это будет расценено окружающими как вопиющая невоспитанность или как вызывающий эпатаж. Когда же мы не желаем выглядеть в глазах окружающих ни невежей, ни «крушителем основ», то вписываем рисунок своего социального поведения в закрепленные в негласной конвенции (соглашении) нормы общества. Но кроме этого у каждого из нас есть и более постоянные роли, которые, возможно, с годами и меняются; но уже не так быстро. Каждый из нас ощущает себя, например, четким, деловым и трезвомыслящим или живущим преимущественно эмоциями, позволяющим жизненным впечатлениям брать над собой верх; ощущает себя испытывающим эйфорию от достижений в спорте, карьере или творчестве или равнодушным к внешнему успеху. Мы можем чувствовать себя приверженцами спокойного, умеренного и даже аскетического образа жизни – или же полного азарта, остроты непредвиденных событий. Все это зависит от наших ценностных ориентаций, от того, какая из ролей представляется и какая из них присуща тому идеалу (кумиру, уважаемому или соответствующей нашей природе, любимому человеку, собирательному человеческому типу и т. п.), который мы для себя сознательно или бессознательно избрали. Мы проецируем на этот образ свои жизненные предпочтения, а затем с него же и берем пример.

1.3 Дизайн и культура

В связи с усложнением мира, расширением информационного поля культуры изменяется не только предметно-пространственная среда человеческого окружения, но и ценностно-смысловые и эстетические параметры ее функционирования.

На пороге третьего тысячелетия обострились проблемы, отражающиеся на среде обитания человека, связанные с нарастанием экологического кризиса, увеличением техногенных катастроф и сокращения естественного ландшафта,

способствующего стабилизации поведенческих реакций человека, его психологического комфорта и т. д. Но, между тем, открылись новые возможности в совершенствовании информационных систем и набирающей темпы межкультурной интеграции, позволяющих расширить возможности трансформации жизненного пространства, нахождения более адекватных способов приспособления человека в неблагоприятных условиях. Отсюда особое внимание современный человек обращает на ту форму обустройства своей жизнедеятельности, которая получила название «дизайн». Дизайн является, по сути дела, тем пространством, в котором человек может реализовать свою потребность в гармонизации среды своего обитания на локально-замкнутых территориях, в экологически загрязненных районах. В этой связи возникла необходимость изучать дизайн как сложный синтез процесса и результата одновременно, а также рассматривать его как специфическое явление, со свойственными ему закономерностями и структурой.

В последние годы вопрос о сущности дизайна и его роли в современной культуре все больше занимает не только дизайнеров-практиков, но и отечественных социологов, культурологов, философов и других представителей социально-гуманитарного знания. Дизайн, выступая выражением проектной культуры постиндустриального общества, акцентирует процесс изменения эстетических критериев и совершенствования промышленной формы.

Функции, структура, место, роль дизайна, а также его эволюция недостаточно изучены в философской и культурологической литературе, в которой обращение к этим темам носит лишь эпизодический характер. На сегодняшний день отсутствует даже общепринятая дефиниция феномена «дизайн». А, между тем, этот феномен вызывает повышенный практический и теоретический интерес в обществе. Поскольку теоретическое осознание феномена «дизайн» культурологией начато недавно, а существующие теории дизайна еще не систематизированы, возникают объективные трудности создания целостной теории дизайна. Практика дизайна ждет от теории ответа на исходный вопрос об адекватных критериях оценки взаимосвязи дизайна с остальными частями предметного поля культуры. Поэтому обращение к проблеме места и роли дизайна в культуре актуально и имеет теоретико-методологическое значение.

Кроме того, необходимость анализа феномена дизайна в культурологии вызвана важностью осмысления переломного момента в практике российского дизайна, связанного с выходом отечественного дизайна в сферу рыночной экономики.

1. Теоретические исследования дизайна как социального феномена нашли отражение в работах западных дизайнеров В. Гропиуса, Г. Земпера, Ле Корбюзье, Дж. Мамфорда, Д. Нельсона, Л. Салливена, У. Морриса, П. Беренсса, и др. В том числе вопросы истории и теории западного промышленного дизайна, его зарождения и становления рассмотрены в публикациях Р.

Розенталя, Г. Рида, Р. Бэнхема, Н. Певзнера, Ч. Эшфорда и др. Критика коммерческого дизайна дается у Т. Мальдонадо, Дж. Нельсона и др. Из существующей зарубежной литературы интересны работы, в которых дизайн рассматривается не как узко профессиональная деятельность, а как практика, имеющая социокультурное и гуманистическое начало, авторы таковых работ: В. Папенек, Дж. Джонс, В. Марголин, Р. Бучанан и др.

2. В России проблеме методов формирования предметной среды в социологическом аспекте посвящены исследования К. Кантора, В. Тасалова, В. Глазычева и пр.

Проблема эстетической ценности предметной среды рассматривалась в работах М. Бархина, А. Букова, Н. Воронова, А. Гутнова, А. Иконникова, М. Кагана, К. Кантора, М. Федорова, С. Хан-Магомедова. Из всего круга социокультурных отношений в дизайне основными являются эстетическое и утилитарное. Их синтез оказался в центре аксиологической рефлексии теоретиков архитектуры и дизайна.

В рамках технической эстетики рассматривались проблемы преобразования предметно-пространственной среды человека, в том числе и по законам красоты. Отечественную историю развития дизайна в середине XX века исследуют К. Кантор, В. Розин, Г. Щедровицкий, В. Глазычев, В. Дубровский, С. Хан-Магомедов, О. Генисаретский, В. Сидоренко и др.

Период становления российского дизайна делится на три этапа: в 20–30 гг. был спад, затем активная работа над проектами 60-х гг. и интенсивный исследовательский период, который в 90-х гг. известен множеством теоретических трудов, отражающих проблемы дизайна. Эти достижения принадлежат коллективу дизайнеров, работавших во Всесоюзном научно-исследовательском институте технической эстетики, главным образом в лаборатории общетеоретических проблем, созданной в 1965 году.

Исследования эволюции теоретических представлений о дизайне представлены в работах Г. Щедровицкого, О. Генисаретского, В. Сидоренко, В. Маркузона, В. Тасалова. Проблема взаимодействия существующих теорий дизайна и создания целостной теории рассмотрена в трудах М. Коськова, С. Михайлова, Н. Нестеренко и многих других авторов, где они освещают основные этапы в развитии дизайна и даже «описывают историю, которая практически является современной» (С. Михайлов).

История западного дизайна в отечественной литературе представлена в работах В. Глазычева, В. Аронова, Ю. Шатана, С. Михайлова и др.

3. Более широкий взгляд на дизайн связан с разработками культурологической проблематики. Научные труды отечественных и зарубежных теоретиков оказали существенное влияние на разработку темы, обобщение знаний о природе дизайна, помогли выстроить исследование от эмпирически прикладного к философскому, тем самым раскрывая мировоззренческие и методологические проблемы. В исследованиях Ю. А. Жданова, Е. Е. Несмеянова, Т. П. Матяш, В. Е. Давидовича, В. О. Пигулевского, Г. В. Драча, В. П. Яковлева и других поставлены проблемы

философии культуры и философской антропологии, которые позволили рассмотреть дизайн в более широком контексте. Тем не менее дизайн все еще остается недостаточно изученным феноменом. Это обстоятельство определило исследовательское поле работы, в которой акцент сделан на выявлении места и роли дизайна в культуре.

Объектом исследования является предметная деятельность в культуре.

1.4 Культура и цивилизация

Культура – «возделывание», «брожение», «познание мира».

Натура – «природа».

Цивилизация – совершенствование внешних форм жизни, связанное с развитием технологий.

Дизайн – это реакция культуры на цивилизацию; это технологическая возможность зафиксировать в материальных объектах культурные смыслы.

Когда символически-знаковый смысл совпадает с содержимым данного культурного, возникает «целостность стиля».

«Вещь» в культуре – это материальный носитель и проводник стиля, образа жизни.

«Вещь» в цивилизации – это индекс развития.

«Вещь» в дизайне – это элемент материального окружения, приспособленный человеком к пользованию или специально созданному для использования; это элемент, включённый в культуру и цивилизацию; это структурная единица проектирования.

Методы художественного проектирования в одежде, в объёмном дизайне.

Проектность – соединение на практике реального и возможного; соединение в мышлении или в практической деятельности реального и возможного, гипотетического, позволяющее, решая ближние задачи, учитывать возможные ближние, дальние и очень дальние последствия этих решений. Способность проектности существования возникает на почве развитой чувственности, интуиции, визуальной культуры, подкрепляется знаниями, техническими, художественными практиками. Противоположность проектности поведения являются действия односторонние – рациональные и стихийные, эмоциональные или наукообразные.

Дизайн-проект – тиражированные в промышленности «объекты», «вещи», «предметы», в соответствии с затратами временными, промышленными, специфическими и взаимодействии специалистов и технологий.

Любая дизайнерская деятельность, прогнозируемая в реальном времени и в реальном пространстве.

Дизайнерская деятельность – это не только проектирование, но и прогноз. И большую часть в ней занимает прагматизм и предвиденье.

Прогноз – предвиденье, прозрение; это способность моделировать ситуацию на несколько шагов вперёд.

Дизайн-прогноз – построение образа будущего, когда мы принимаем такую позицию и переводим рассуждение в действие; «план» реализации идеи – это попытка соответствовать идеальной модели.

Дизайн-проект находится на грани утопии и откровенности, на острие открытий и рамках нормативов и стремится к эталону.

При проектировании нужно стремиться:

1. Развивать стиль мышления.
2. Свободно плыть во временном потоке (вне времени).
3. Уделять внимание культурному наследию.

Художественный образ присутствует в жизни, в театре, в литературе.

Образное мышление – особое эмоциональное состояние, порождающее эмоциональный образ наблюдаемого. Оно обязательно имеет эмоциональную окраску.

Создание художественного образа – это специфический образ осмысления и переработки действительности; это эстетическое обладание этой действительностью.

Образ – это объект психической реакции. Ему свойственна целостность, внутренняя нерасчленённость и одномоментность воспроизведения.

Художественный образ уходит корнями в культуру, рождается в результате общения, поступления информации и пересечения её с чувствами. Художественный образ целостен и одномоментно, эмоционально окрашен. Постоянствами художественного образа является талант, убеждённость автора в правоте, независимость признания широкой аудитории.

Проектный образ – соотносится с культурой потребления и реализуется только в этой культуре. Потребитель использует проектный образ в жизни, а художественный образ остаётся в нём навсегда на эмоциональном уровне.

Основными характеристиками проектного образа являются: идеальность, целостность, осмысленность.

2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ: ДИЗАЙН-ОБЪЕКТ, ДИЗАЙН, ДИЗАЙН-ПРОЕКТ

Дизайн-объект – это любая вещь, совокупность вещей, предметно-пространственная среда, информационная среда и др.

Дизайн – творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем, ориентированного на достижение наиболее полного соответствия создаваемых объектов и среды в целом, возможностям и потребностям человека как утилитарным, так и эстетическим.

Дизайн – искусство компоновки, стилистики и украшения. Для дизайна актуально множество направлений.

Дизайн – творческий процесс создания вещи, в котором эстетика определяет содержимое (суть), а технологии – форму вещи.

Дизайн – неразрывная взаимообусловленная связь эстетики и технологий, в которой технология задает содержание (суть) вещи или процесса, а эстетика – её форму.

Дизайн-проект – это комплект документов и материалов определённого свойства – характерны все решения по дизайну той или иной вещи.

2.1 Социальные функции моды

Мода является важнейшим фактором эволюции не только костюма, но и современного общества в целом. Изучать моду как особый феномен человеческой культуры начали еще в конце XVIII в., трактуя ее как эстетическое явление, связанное, прежде всего, с изменением эстетического идеала и вкуса в области искусства и в costume. Однако понять истинную сущность явления «мода», раскрыть глубинные механизмы ее возникновения и функционирования в обществе дал возможность социологический подход к изучению моды. Исследователи моды в конце XIX–XX вв. рассматривали моду прежде всего как социальный феномен, анализируя социальные причины ее происхождения и развития, а также социальные, экономические и культурные последствия ее действия. Моду изучали с самых разных точек зрения: социальной психологии и психоанализа, экономики рыночного капитализма и культурологии, – и в каждом случае мода представляла как важнейший компонент современного человеческого общества, определяющий динамику его развития. Дизайнеру, создающему культурные образцы, которые могут стать (а в ряде случаев и должны стать) модными, необходимо иметь целостное представление о природе модного феномена, ведь мода является одним из регуляторов социальных и экономических отношений в современном обществе.

В каждом европейском языке есть слово, аналогичное русскому «мода» (от лат. *modus* – мера, правило, предписание, образ действия): французское *mode*, итальянское *moda*, немецкое *mode*, английское *mode*, хотя чаще употребляется *fashion*.

Мода – это особый способ, образ, мера обработки социальной информации (определение психолога Л. Петрова).

Мода – тип реагирования на нововведения, свойственный значительному количеству людей. Она зачастую проявляется в периодической смене объектов выбора, как новый образ действия или мышления (определение социального психолога Э. Богардуса).

Мода – специфическая регуляция, обуславливающая периодическую смену и циклический характер развития образцов массового поведения (определение социолога А. Гофмана).

Мода распространяется на все явления культуры – на все, что относится к материальным и духовным ценностям и находится в процессе изменения: искусство, литература, наука (особенно медицина, социология, экономика, философия), техника, политика, идеология, спорт. Дизайн является областью культуры, в которой активно действуют механизмы моды. Может быть мода на действия, идеи, вещи.

Структура моды состоит из следующих элементов:

1) модные стандарты, модный стандарт – способ или образец поведения или действия;

2) модные объекты, модные объекты могут быть материальными и нематериальными – это вещи, идеи, слова и их свойства;

3) модные значения, или ценности моды. Когда модный стандарт или объект приобретает модное значение, он становится модным, когда утрачивает модное значение – «выходит из моды». Каждое проявление моды предоставляет возможность ее последователям стремиться к достижению определенных ценностей. Выделяют первичные (внутренние) ценности моды: современность, универсальность (мода не признает никаких границ, кроме временных), демонстративность (мода является способом коммуникации и позволяет демонстрировать социальный статус и сообщать информацию о себе), игра (мода связана с эвристической творческой деятельностью, стимулирует поиск нового, создание нового и открытие старого в качестве нового). Культурология XX в. рассматривает игру как универсальный элемент человеческой культуры. Игра является формой постижения мира, а мода – одной из форм игрового поведения, следования своеобразным «правилам игры» (модные стандарты). Моде также связаны с понятиями «ролевая игра» и «социальная роль», являясь знаком определенного социального статуса или имитации социального статуса. Существуют также вторичные (внешние) ценности моды, которые определяются конкретной ситуацией и категорией участников моды, которые могут преследовать противоположные ценности: социальное равенство или элитарность, красоту или комфорт (удобство) и т. п. Вторичные ценности демонстрируют отношение человека к миру и самому себе, к обществу и социальным институтам, к природе (экологические ценности);

4) модное поведение участников моды – поведение, ориентированное на модные стандарты, объекты и ценности.

Моде свойственны следующие функции:

1. Инновационная – мода стимулирует экспериментальное начало в обществе и культуре, поиск нового, выявляет новые, более совершенные по сравнению с предыдущими, культурные образцы.

2. Регулятивная – мода внедряет в образ жизни новые формы поведения и новые культурные образцы, отбирая из множества культурных моделей одну,

которая на какое-то время становится нормой, облегчая человеку выбор и помогая тем самым приспособляться к меняющемуся миру. Мода обеспечивает возможность разрыва с ближайшим прошлым и подготавливает к ближайшему будущему.

3. Психологическая – мода удовлетворяет психологические потребности человека в новизне, создавая иллюзию изменений, в самовыражении, компенсирует неудовлетворенность своим социальным статусом. Мода является способом эмоциональной разрядки, будучи элементом механизма защиты от психологических перегрузок, предлагая готовые образцы поведения личности в массовом масштабе.

4. Социальная – мода приобщает человека к социальному и культурному наследию, помогает восприятию определенных социальных норм и ценностей и способствует воспроизводству определенной социальной системы. Кроме того, мода регулирует социальное напряжение в обществе, выполняя регулирующую функцию, одновременно обозначая и маскируя социальное неравенство.

5. Престижная – мода обозначает социальный статус, демонстрируя либо высокий социальный статус, либо создавая иллюзию более высокого социального статуса. Путем подражания модным стандартам и объектам элитарных социальных групп мода позволяет преодолевать чувство неполноценности.

6. Коммуникативная – мода представляет собой одну из форм массовой коммуникации.

7. Экономическая – мода является формой потребления и формой рекламы новых товаров, регулятором поведения потребителей и средством расширения сбыта. Мода влияет на поведение человека в сфере потребления, на формирование определенной структуры потребностей. В области моды вырабатываются стандарты потребления и социальные образы вещей.

8. Эстетическая – мода удовлетворяет эстетические потребности, отражая особенности массового эстетического вкуса, является способом распространения и изменения эстетических оценок в обществе. Современная мода отражает изменения, происходящие в обществе, соответствующие переходному периоду от индустриального общества к постиндустриальному который отвергает иерархическую систему норм и оценок. Многообразие, плюрализм и принципиальный эклектизм постмодерна привели к тому, что в современной моде отсутствует единый для всех модный стандарт, как это было раньше (так же, как отсутствует понятие хорошего вкуса). Различные социальные группы имеют различные системы ценностей и соответственно различные множественные и постоянно изменяющиеся модные стандарты. Вместо одной «моды» мы наблюдаем много «мод», так как мода связана с образом жизни и особенностями поведения определенной социальной группы.

Материал – совокупность текстильных знаков, находящихся на определенном социальном уровне.

Ткань – изготовленное текстильное изделие.

Алгоритм:

- 1) происходит утверждение образа (эстетической комиссией);
- 2) широкая реклама, расшифровка основных элементов изделия, определение внешних признаков;
- 3) согласие на выпуск небольшой серии (экспериментальный цех) с целью апробации технологических узлов, с целью продажи в рекламных целях, выяснение спроса населения;
- 4) производство небольших серий, удовлетворяющих потребности заказчика, сбор информации и реакция на новый товар;
- 5) обработка информации, формирование заказа, ориентирование на тренды в своих реакциях и поступках.

Костюм – определенная система предметов и элементов одежды, объединенных общим замыслом и назначением. Будучи связанным с конкретным человеком или социальной группой, костюм выполняет защитную и утилитарно-практическую, связанную с его назначением, функцию. Однако важнейшая функция костюма – знаковая, так как сообщает окружающим важнейшую информацию о человеке. Исторически знаковая функция была представлена шире, чем в наше время, она подразделялась на следующие функции:

- 1) магическая;
- 2) возрастная;
- 3) социально-половая (пол и семейное положение);
- 4) сословная (групповая);
- 5) профессиональная;
- 6) региональная;
- 7) религиозная;

Следующие функции костюма сохранились и по сей день:

- 8) эротическая;
- 9) эстетическая;

Разрабатывая современный костюм, нужно учитывать, какие функции будут в нем преобладать. Это определит и конструктивное решение, и выбор материалов, и образ костюма (функциональный подход к проектированию).

2.2 Дизайн как предметное творчество

Дизайн насчитывает 90 лет. Дизайн связан с ранними формами ремесла, промышленностью, массовым производством. Задачи и принципы:

1. Единый объект освоения дизайна – материально художественная ценность.
2. Взаимодействие эстетического, функционального, взаимодействие красивого с формой с учётом фактора человека.

3. Использование общих принципов пространственно-временной эволюции.

Из потребностей появились объекты промыслов. Они рассчитаны на узкий круг потребителя. Дизайнерские объекты с учётом массового потребителя.

В объектах ремесленного творчества выполняются только предварительные расчёты. Проектирование происходит по законам функциональности.

Герберт Рид: «Дизайн – высшая форма искусства, независимая профессия, свободная от узкой специализации и направленная на службу промышленного производства».

Цели дизайна: изобретать форму, стремиться к цели, очертить объект.

Объект дизайна – то, над чем работают. Субъект дизайна – то, на кого направлен дизайн. Предмет дизайна – итог дизайнерской деятельности. Объект дизайна – реклама, мебель, оборудование и любой материальный объект.

Цель дизайна – упорядочить окружающий мир, обеспечить единство пользы и красоты.

Объект дизайна – это совокупность вещей предметно-пространственной среды, информационной среды, непосредственно соприкасающийся с жизнью человека.

Цель дизайна – гуманизация материального окружающего мира человека, выраженная в упорядоченном соответствии эстетическим и этическим нормам данной эпохи или данного региона.

Методы дизайна наиболее близкие к композиционным методам, выработанным в архитектуре, изобразительном искусстве.

Адресат дизайна – может быть любой человек. В методологии проектирования особое внимание уделяется потребностям человека: агроэкономическим, социально-культурным, психологическим.

Специфика дизайна в образности, системности, инновационности.

Образное мышление – формирует проектный образ и отличается тем, что содержит в себе прагматизм (практичность).

Системное мышление содержит в себе систему образов и аналогов (инфо, анализ, вывод, результат). Инновационное мышление – способность придумывать, что-то новое, так как по другому экспериментальное мышление. Парадигма – пример, образец, мысль, идея.

Парадигма – это совокупность представлений, господствующих в какое-либо время, эпоху в науке и культуре по поводу мироустройства. Связано с определёнными философскими движениями и определёнными направлениями в искусстве. Это историческое понятие. Смена парадигмы – процесс в культуре, «революция», крутое изменение культурных и художественных представлений.

2.3 Методика проектирования

Процесс проектирования складывается из следующих этапов:

1. Дизайн-прогноз.
2. Моделирование ситуации – социальная функция костюма.
3. Определение системы целевых установок.
4. Определение цели – экономического ресурса, технологического возможностей, информационное обеспечение.
5. Определение проектной задачи, выполнение этой задачи.
6. Функциональное назначение костюма: характеристика, определяющая реально выполненное изделие в процессе потребления.

Исходные условия для проектирования (важную роль в процессе проектирования играет мысль, эскиз, идея):

А. Предпроектное исследование (тема проекта изучается по многим вопросам).

Б. Эскизный проект (может выполняться графически и пластически (объёмный макет). Проектирование идёт двумя путями «изнутри» и «извне»).

В. Художественно-конструктивное проектирование (после принятия эскиза создаётся макет, при этом уточняются отдельные детали, определяется материал).

3 СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Предметы утилитарного назначения характеризуются внешней формой и цветом. Самые простые известные геометрические формы – параллелепипед, цилиндр, конус, призма. Возможны и соединения этих геометрических тел, врезка и пересечение их в разных комбинациях.

Для того чтобы просто описать форму предмета, дать словесный эквивалент увиденного, его объективный портрет, нужны какие-то дополнительные признаки, уточняющие это наше общее описание.

1. Форма предмета может быть симметричной и асимметричной. Симметрия может быть свойственна не только элементарному предмету, но и предмету, состоящему из нескольких частей. Известно два основных вида симметрии – зеркальная и осевая. Фигура человека – типичный пример зеркальной симметрии. Осевой – сосновая шишка, яблоко или орех, посуда, токарные изделия, архитектурные детали и т. п.

2. Соотношение. Любой предмет имеет размеры и реальную величину. С понятием «соотношение» тесно связаны понятия контраста и нюанса.

3. Объемно-пространственное строение. Всякий предмет имеет, как известно, три измерения. Объемная характеристика предмета зависит от его

основных измерений. Если ширина и высота несравненно больше глубины, то такое строение называется фронтальным. Если его глубина приблизительно такая же самая, как ширина и высота, то такое строение мы называем пространственной. Часы – фронтальное, табурет – пространственное, стакан – фронтальное и пространственное.

4. Материал – поверхностная характеристика объекта. Основана на тактильных и зрительных ощущениях.

5. Гармоническая форма и понятие композиции. Обладает рядом необходимых качеств, органична, целостна, части ее пропорциональны и ритмичны, соразмерна человеку или предметному окружению, пластична, радует глаз, создается по законам красоты. Композиция в дизайне подразумевает качественную оценку, характеризующую завершенное произведение. Понятие композиции сравнимо с другими видами творчества.

Основные категории композиции: ограниченность и целостность формы, пропорциональность и ритм, масштабность, пластичность, цвет и цветосочетание.

3.1 Приемы, используемые в проектной деятельности

Метод «инверсии» (перестановки слагаемых) позволяет преодолевать тупиковые ситуации в проектировании за счет изменения угла зрения на объект, за счет смены творческой установки. Свежий взгляд на предмет, подсказав не замечавшийся ранее вариант решения той же задачи, «растормозит» воображение, позволит увидеть в уже отвергнутом предложении неиспользованные резервы.

Те же задачи, но несколько иначе, решает прием «проектирование в воображаемых условиях», когда реальные обстоятельства работы объекта условно подменяются неожиданными решениями («а если под водой») или даже фантастическими («кухня для ангела»).

Хорошо зарекомендовали себя приемы разложения проектной задачи на самостоятельные фрагментарные действия с последующим сведением отдельных результатов в единую цепочку подкрепляющих друг друга предложений. Но тут важно не допустить случайных проработок, чему помогает составление «дерева целей» – упорядоченной программы проектных мероприятий, раскладывающих их совокупность в соответствии с разумной очередностью работ, важностью для свойств конечного продукта и т. д.

Другие способы направлены на привлечение к творческому процессу максимально широкого арсенала знаний и умений, накопленных человеческой проектной культурой:

- «прямые» заимствования форм из далеких проектным задачам;
- «субъективные», когда автор воображает себя неким условно выбранным персонажем;

– «символические», приписывающие одному явлению необычные для него свойства;

– «деревянный велосипед», «жидкий огонь» и т. п.;

– «фантастические», когда придумываются явления и вещи, как бы в принципе невозможные.

Сходным действием обладают приемы, основанные на воображении:

– мысленно «склеивающее» нечто целое из несовмещающихся частей; акцентирование, выделение в целом какой-то одной черты, с последующим ее развитием до любого мыслимого предела;

– «опережающее отражение» – доведенный до крайней точки, до абсурда прогноз возможных вариантов развития объекта или ситуации. Отталкиваясь от известного, эти приемы, выпячивая его отдельные моменты, преобразуют привычное в новое, нужное автору.

– метод «интерпретации», толкующий задачу, стоящую перед проектировщиком, в неожиданном для него ключе – в другом стиле, в чужой манере.

Метод перевоплощения (вхождения в роль), когда дизайнер моделирует ситуацию с точки зрения потребителя.

Метод отождествления себя с проектируемым объектом. Дизайнер мыслит себя изнутри самой вещи, одухотворяет ее, наделяет ее способностью говорить о себе.

Сценарное моделирование – в творческом воображении разворачивается идея новой вещи, эта вещь ставится в другую ситуацию, выстраивается сценарий этой вещи в окружающем мире.

3.2 Инструментальные и знаковые функции вещи

Любая функция вещи служит человеку и позволяет производить нужную для него работу. Инструментальная функция направлена на преобразование внешней среды. Адаптивная функция – на поддержание среды в состоянии, обеспечивающем нормальную жизнедеятельность. Результативная – на достижение цели. Интегративная – на интеграцию культурных ценностей.

Любой потребитель осознает свою роль в обществе и определяет ценность приобретаемой им вещи. Существуют характеристики адресата: пол, возраст, уровень его покупательской способности, темперамент, характер миропонимания, направленность ценностных ориентаций. «Вещь» достраивает образ владельца до завершенности и создает понятие имиджа или индивидуального образа. Дизайн, обеспечивая создание вещей-адаптеров разного типа, продвижение их на потребительском рынке, вновь проявляет себя как явление пограничное, в данном случае между миром вещей и миром людей.

«Вещь» в культуре – материальный носитель, проводник стиля. «Вещь» в цивилизации – это индекс развития этой цивилизации.

Любая вещь, помимо того что в форме ее заключена информация о способе ее использования, наделяется в человеческом обществе еще и знаковой функцией, то есть она обозначает нечто сверх своего утилитарного назначения.

Существуют различные систематизации знаков:

- иконические знаки изображают материальный объект в любой степени его достоверности или стилизации;

- знаки-индексы имеют с обозначаемыми ими объектами лишь причинно-следственную связь, природную или конвенциональную (по договоренности). Индексы всегда имеют строго фиксированное, однозначное прочтение;

- знаки-символы устанавливают с символизируемым объектом сложную и неоднозначную связь. Прочтение знаков этого рода настолько зависит от их контекста, что вне своего смыслового окружения они не могут быть рассмотрены.

Во всех этих случаях символ позволял найти «своих» или объединял их собой, именно в таком качестве знак-символ и работает в культуре.

Правильное понимание знака-символа требует погружения воспринимающего сознания в контекст породившей его культуры. Символы наделены всей органичностью и неисчерпаемостью художественных образов. Единство основного набора доминирующих символов определяет национальные и ареальные границы культуры.

Символы различаются:

- простые – элементарные геометрические формы, имеющие графическую природу; основные цветовые оппозиции;

- сложные – изображения, составленные из графически усложненных форм.

Известный ученый и религиозный мыслитель Отец Павел Флоренский выделил восемнадцать элементарных символов: точка, вертикальная линия, наклонная линия, горизонтальная линия, их пересечение, угол, треугольник, четырехугольник, крест, пятиугольник, шестиугольник, семиугольник, восьмиугольник, круг (окружность), диск (поверхность круга), сфера, яйцо, валюта.

Символ определенным образом связан с эмблемой и аллегорией. Будучи выражены в определенной материальной структуре, символы превращаются в эмблемы. Символ становится значением этой эмблемы, ее символическим смыслом. Эмблема же имеет характер высказывания на символическом языке. Эмблемами занимается наука геральдика.

История символов началась задолго до появления письменных слов, и во многом благодаря символам мы имеем представление о древних временах. Символы активно использовались в древнем мире, пиктограммы древнего Египта и Вавилона передавали огромное количество информации. С появлением письменного языка, символы приобрели другое значение – они помогали преодолевать языковой барьер и использовались неграмотной частью населения, которая составляла большую часть всей популяции. С повышением

уровня грамотности во всем мире, использование символов в жизни и дизайне пошло на убыль.

После Второй мировой войны символы стали стремительно возвращать утраченные позиции, чему существенно способствовала глобализация. В ряде государственных инстанций стали разрабатываться стандартные символы, сначала введенные в аэропортах, железнодорожных вокзалах и скоростных магистралях. Департамент транспортного управления США (DOT) в 1974 году разработал образец символов для транспортной системы. Теперь этот образец превратился в стандарт, используемый в аэропортах всех стран, на дорожных знаках и в большинстве транспортных средств.

Во время Олимпийских игр и других событий международного уровня символы приобретают особый статус, помогая донести информацию людям самых различных языковых групп. Теперь, когда принципы многоязычия поддерживаются законодательством всех стран, в учреждениях и ведомствах часто используют символы, чтобы прорваться сквозь языковую какофонию.

С появлением компьютерной графики и Интернета использование символов резко возросло. В начале экспериментальной работы в «Ксерксе» использовали визуальные символы как часть языка, необходимого для освоения работы с компьютером, «Эппл Макинтош» еще больше полагался на значения «иконок». Сегодня, это когда-то вторжение в использование символического языка как руководства для пользователей, стало стандартным способом ориентирования в компьютерах. Символы помогают быстрее и эффективнее ориентироваться как в виртуальном мире компьютера, так и в реальном мире зданий и сооружений.

3.3 Когда символы не работают

Каждое визуальное сообщение системы ориентирования должно работать само по себе, ведь позволить роскошь – потребовать объяснения у дизайнера или проектировщика – невозможно. Но бывают случаи, когда символы бессильны создать эффективную работу систему ориентирования.

Линии метрополитена обычно имеют названия или номер и кодируются по цвету, поэтому возможно сгруппировать большее количество символов для обозначения станций и мест пересадок. Также помогают схемы и указатели станций. Фоновая форма символьного образа помогает пользователю интерпретировать сообщение. Когда человек стоит на месте, у него больше возможности и времени спокойно изучить символ и понять его значение, а значит, на знаке или указателе можно поместить большее количество символов.

3.4 Символы как язык дизайна

Дизайнеры, с помощью многочисленных исследований и тестов, разработали набор стандартных символов, которые необходимо заучивать на протяжении долгого времени. В основе метода лежит узнаваемость символа, выработанная годами традиций. Символы данного образца имеют жестко ограниченные варианты применения, форм и цветов; их последовательно размещают на определенной высоте и в определенных местах. Дизайн же самих символов разрабатывается с учетом тестирования групп пользователей в различных условиях, или просто принимая в оборот символ, чрезвычайно часто использовавшийся в течение нескольких лет и ставший узнаваемым. Символы, использующиеся как часть уникального языка дизайна, могут отображать информацию различного плана – географическую, культурную или по виду занятий. Они могут быть разновидностью стандартных символов. Всемирная организация стандартов (ISO) разрешает отклонения в системе стандартного дизайна символов, иными словами, базовый символ может быть стилизован. Стилизация символов допускается в ряде проектов, особенно если проект тематический и интегрируется под проектируемую среду, например, парки развлечений, зоопарки, музеи.

Использование чисел, букв и цвета для выделения каких-либо специфических черт или особо значимой информации. Суть этой позиции в том, что одни символы уже приобрели статус языка дизайна и могут достаточно формально использоваться с текстом, а другие символы еще нуждаются в особом подчеркивании и разработке для дальнейшего использования. Сторонники этой позиции используют принцип чрезмерности информации для четкого изложения какого-либо момента, варьируя размеры символов на разных знаках для достижения различных эффектов.

Этот подход часто используется в аэропортах, где информация о прилетах и вылетах часто подается в виде больших символов, а туалеты или торговые точки довольствуются более скромными по размеру символами. Важная информация должна бросаться в глаза, и это требует увеличения размера и особого ее подчеркивания. В настоящий момент многие учреждения здравоохранения для выделения иерархии используют числа и буквы, оставляя символам второстепенную роль.

Система базовых элементов фирменного стиля состоит из изображения элемента, знака, логотипа, словесного компонента, сопроводительного текста.

Языки дизайна:

- естественные языки (человеческая речь);
- искусственные языки (от архаического мифа до азбуки Морзе или «языка» костюма);
- информационный (знаков, символов);
- язык общений – универсальный – объединяющий все языки.

4 ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ

Создание дизайн-концепции – самостоятельный отдел проектной работы. Через решение проблем проектной ситуации, решение противоречий, отбор тем, возможных вариантов складывается целостная модель объекта, которая реализуется в проектной работе – форме. Формообразование в этом случае выводит проектирование на новый уровень стиля образования в рамках данной культуры и стиля.

Для успешного проектирования недостаточно интуитивного озарения. Важно подойти к объекту с рациональной точки зрения, выявить главную мысль существенной взаимосвязи, закономерности развития.

Дизайн-концепция – идеальная модель будущего изделия. Она формируется из понятия парадокса неожиданной метафоры. От дизайн-концепции зависит новизна и перспективность авторских предложений, особенность развития данного объекта и его судьба как объекта для потребления.

Дизайнерские проекты – тиражированные промышленностью в соответствии с финансовыми затратами выполненные в реальной жизни вещи и идеи. Дизайн-проект не имеет права не быть востребованным. Дизайнер обязан спрогнозировать ситуацию в реальном времени. Различают такие понятия как дизайн-прогноз и дизайн-проект. Дизайн-прогноз способ моделирования дизайнерской идеи, с учетом несуществующих еще обстоятельств. Профессионализм должен обеспечивать понятие предвидения. Дизайн-проект – построение положительного образа будущего, когда дизайнер принимает позицию саморазвивающейся реальности, действия, направленные на реализацию идеального проекта. Дизайнер находится между дизайн-прогнозом и дизайн-проектом, между утопией придуманного и нормами настоящего.

Проект – эталон, нормативный образец, для достижения которого выстраивается система, разрабатываются инструменты, при помощи которых дизайнер будет реализовывать эту «вещь».

Дизайнер должен развивать стиль мышления отличный от рационально-механического восприятия, должен свободно ориентироваться в фирменном потоке, уделять внимание приемам прошлого культурного наследия. Для образного мышления необходимо ощущать художественный образ.

Художественный образ прочитывается в живописи, литературе, театре, а образное мышление – особое эмоциональное состояние, которое порождает эстетический художественный образ. Создание художественного образа – специфический способ для искусства осмысления и переработки действительности, обладание действительностью, особый способ передачи существующей действительности на пересечениях художественной информации и эмоционального восприятия.

Методика проектирования – усовершенствование, модернизация предыдущей модели, чтобы дать ей более современный образ. Важным значением является мысль, концепция, эскиз.

4.1 Система разработки дизайн-проекта

Процесс проектирования складывается из следующих этапов: дизайн-прогноз, моделирование ситуации – социальная функция костюма, определение системы целевых установок, определение цели – экономического ресурса, технологического возможностей, информационное обеспечение, определение проектной задачи, выполнение этой задачи.

Функциональное назначение костюма – характеристика, определяющая реально выполненное изделие в процессе потребления.

Исходные условия для проектирования (важную роль в процессе проектирования играет мысль, эскиз, идея):

А. Препроектное исследование (тема проекта изучается по многим вопросам).

Б. Эскизный проект (может выполняться графически и пластически (объёмный макет). Проектирование идёт двумя путями «изнутри» и «извне»).

В Художественно-конструктивное проектирование (после принятия эскиза создаётся макет, при этом уточняются отдельные детали, определяется материал).

4.2 Этапы проектирования

1. Исследовательский. Это сбор материала (фото, литературы, аналогов), его анализ и характеристика.

Целью этого этапа является проследить связь между функцией, конструкцией, выявить стилистические и культурные традиции, определить социальную роль этого объекта.

2. Поисковый. Это создание эскизов, набросков, графически листов, объёмных макетов, технологических чертежей.

Целью этого этапа является находить новые решения и прийти к оптимальным вариантам создания дизайнерской «вещи».

3. Проектный. Это разработка готовых чертежей, технической документации, выбор технологической возможности материала, обработка силуэта и конструкции «вещи».

4. Рабочий. Это выполнение чертежей, выкроек, шаблонов, составление технологических карт.

Композиционный – это совокупность отдельно расположенных, взаимосвязанных частей. К композиции относится ритм, цвет, фактура, статика, динамика, масштаб, симметрия. Фронтальная, объёмная и объёмно-пространственная.

Методический – это типологический, функциональный, экономический, визуальный, психо-физиологический, синтетический, гармонизирующий.

Эргономический – это наука, система знаний в области антропометрии, физиологии и гигиены, биомеханики.

4.3 Способы формообразования одежды

1. От целого куска ткани. Этот способ самый древний. Древние люди обрабатывали шкуру животного и носили её целым куском на теле, скрепляя её какой-либо вещью. Особенностью этого способа является то, что одежда не кроится, а примером может служить шаль, палантин, юбки-парео.

2. Прямой крой. Этот способ возник в местности, где был суровый климат, где необходимость защиты тела от холода заставила человека сшить полотенца ткани и кожи, чтобы получить «непроницаемую» оболочку. Примером служит народный костюм.

3. На основе криволинейного кроя. Способ возник в X веке. В основу полотна принцип подгонки одежды по форме тела человека. Обусловлен сложным строением тела человека, поверхность которого исключает наличие прямых линий.

4. По средствам развёртки. В таком случае одежда выкраивается из отдельных модулей, имеющих определённую геометрическую форму. При их сборе вытачки исключаются, а излишки ткани убираются в швы. Например, одежда из меха.

5. Способ накладки. В основе лежит творческий способ поиска объёмной формы на манекене либо фигуре при помощи иголок и булавок.

1. Функциональное различие понятия «костюм» и «одежда».

2. Функции одежды.

Одежда – совокупность покровов, защищающих от воздействия окружающей среды тело человека и несущих в себе индивидуальность.

Костюм – это образно-художественный строй, система частей одежды и обуви, характерная (соответствующая) индивидуальности человека; это совокупность предметов одежды, обуви, дополнений и аксессуаров.

Функции костюма (одежды):

1. Практическая (движение, работа).

2. Утилитарная (каждая вещь обладает своими определёнными свойствами).

3. Эстетическая (красота).

4. Эротическая (подчёркивает тело, усиливает значение женского и мужского начала).

5. Магическая (шаманы, колдуны).

6. Возрастная (возрастные изменения).

7. Социально-половая (статус в обществе).

8. Моральная (нормы, правила).

9. Обрядовая (символика цвета, формы).

10. Профессиональная.

11. Сословная.

12. Региональная.

13. Религиозная.

Практика дизайна – это художественное конструирование.

Теория дизайна – это техническая эстетика.

Предмет дизайна – это создание гармонично содержательной формы объекта.

Объект дизайна – новое изделие, приспособленное для жизни человека.

Основной метод дизайна – художественно-образное моделирование объекта по законам композиции. Базируется на анализе, эстетическом запросе, предпочтённые определённой группой населения, ситуациях, функциях объекта.

Основные категории дизайна:

– образ (идеальное представление об объекте; модель, созданная воображением);

– функция (назначение изделия):

а) смысловая,

б) знаковая,

в) ценностная.

Морфология – строение, структура изделия, организованная в соответствии с материалом, функцией изделия, воплощённая дизайнером.

Потребители делятся на типы в соответствии с определённой ситуацией в определённом жизненном контексте:

1. Потребитель-деятель – потребитель-творец (сам дизайнер).

2. Потребитель-обыватель (самодостаточный человек со стабильным доходом).

3. Стихийный потребитель.

4.4 Типологизация в дизайн-проекте

Дизайн-деятельность потребителей (рациональная и интуитивная).

Всех потребителей можно разделить на группы в зависимости от стиля жизни. Критерии отбора – мнение людей, интеллектуальные и моральные

претензии, желание или нежелание. Люди, имеющие одинаковые интересы, привычки приобретают похожие товары, одинаково воспринимают рекламу.

Одним из подходов к делению потребителей на группы является определение преобладающих черт характера:

1. Ригористы – люди строгие, жесткие, костные, негативно воспринимающие все новое. Они считают, что современное общество, утратившее первоначальные ценности – больно; единственный выход из создавшегося положения – возврат к былым идеалам. Однако следует отметить, что, руководствуясь жизненным кредо ригористов, общество давно бы остановилось в своем развитии.

2. Материалисты – люди, твердо стоящие на ногах. Они стремятся к созданию материального благополучия для себя и своих детей. Для них деньги – это возможность почувствовать себя в безопасности. Такие люди предпочитают делать покупки, которые обеспечат им благополучие на долгое время, обычно это недвижимое имущество (дома, квартиры, земельные участки) и дорогие ювелирные украшения.

3. Активисты – люди с активной жизненной позицией, считающие, что современная жизнь и общество нуждаются в постоянном улучшении. Добиться этого можно лишь постоянными активными действиями. Среди людей данного типа наибольшее количество предпринимателей, управленцев и политических деятелей.

4. Авантюристы – люди, жизненное кредо которых – «сторонний наблюдатель». Считая, что проблемы общества от них далеки, представители данного типа стараются избегать проблем вообще или, при неизбежности столкновения с ними, адаптироваться к ним.

5. Эгоцентристы – люди, бездумно прожигающие жизнь и стремящиеся получить от нее все. Считая, что жизнь очень коротка, они стараются наслаждаться каждым ее моментом и находить в ней то, что доставляет полное удовольствие. Эгоцентристы полагают, что общество должно делать для них все, они же в свою очередь не обязаны ему ничем.

Методы дизайнерской деятельности по определению систематизации групп потребителя

Систематизация – последовательная схема.

Систематизирующая единица – тип и класс.

Класс – это множество предметов, выделяемое на основании одного или нескольких общих существенных признаков.

Тип – исходная единица, вычленяемая на основе идеальной модели.

Цель типологизации (деление предметов на типы) – мотивированно ответить на вопрос: каковы те, кому мы адресуем свои проекты?

Существует система продукт – потребитель. Она рисует четкую картину всех представлений будущего потребителя.

Исходя из профессиональной деятельности, потребителя можно разделить:

– человек – человек;

- человек – техника;
- человек – природа;
- человек – знаковая система;
- человек – художественный образ.

Системы ценностей, соответственно, определяют стили жизни, такие как:

- деловой (профессиональная сфера активности) или семейный (непрофессиональная сфера активности);
- технократический;
- походный (профессиональная сфера активности) или спортивный (непрофессиональная сфера активности);
- созерцательный;
- артистический (профессиональная сфера активности) или гедонистический (непрофессиональная сфера активности).

Стили жизни связаны с социальными ролями:

- шеф (профессиональная сфера активности) и Родня (непрофессиональная сфера активности);
- технарь;
- первопроходец (профессиональная сфера активности) и Бодряк (непрофессиональная сфера активности);
- отшельник;
- богема (профессиональная сфера активности) и Курортник (непрофессиональная сфера активности).

Благодаря этим находкам проектируемое изделие приобретает функциональные и стилевые характеристики.

Разделение покупателя в зависимости от психологических характеристик.

По выбору товара:

- жук – только нужное,
- муравей – все точки,
- пчела – только выборочные и дорогие.

Социально-культурный тип потребителя:

1. Победитель.
2. Мастер.
3. Счастливчик.

5 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ. ОБРАЗ В ДИЗАЙНЕ

Образ в дизайне существенно отличается от аналогичного понятия в других видах искусства, поскольку дизайн, с одной стороны, гораздо теснее их привязан к прагматическому содержанию результатов своей деятельности, с другой – внешне не претендует на реализацию духовных целей художественного творчества. Тем не менее выразительность и значимость

Образ в дизайне по ряду причин выдвигает его в ранг концептуально значимых явлений культуры.

Система образов в дизайне четко делится на три группы, отражающие природу их представления зрителю: цветографическую (сходную по средствам с живописью и рисунком в изобразительном искусстве), объемно-пластическую (аналогичную скульптурному творчеству) и пространственную – воспроизводящую возможности архитектурной организации нашего окружения. Соответственно усложнению палитры средств каждого последующего вида дизайна возрастает потенциал его образного восприятия.

Но при любом способе предъявления все дизайнерские образы имеют двойное происхождение: они несут потребителю информацию о характере тех бытовых или трудовых процессов, для которых приспособлены их «носители», и в то же время обладают несвязанными с ними визуальными свойствами (яркостью, пластичностью, композиционным построением и т. п.), которые зритель воспринимает как самостоятельный эстетический знак, «изобразительную структуру», живущую независимой от функции жизнью.

Особенности восприятия (потребления) во многом определяют специфику свойств образов в дизайне. Среди них:

- функциональная окрашенность конкретного образного решения, указывающая через утилитарные задачи потребления на его роль в образе жизни данного человека или слоя общества;

- всеобщая узнаваемость образных характеристик, вызванная, с одной стороны, стремлением к оригинальности, запоминаемости их решений, с другой – массовостью их тиражирования, которая знакомит буквально все слои общества с соответствующими визуальными прототипами (мебель Тонета, «скандинавский» дизайн и т. д.);

- принадлежность наиболее ярких образных предложений в дизайне конкретной творческой личности, которая раскрывается через индивидуальные черты авторского «фирменного стиля» или другие признаки, присущие работам того или иного мастера или проектного сообщества («Браун» стиль, работы Э. Соттасса, Г. Пеше);

- непрерывная смена частных визуальных характеристик – динамика декоративных вариантов, принципов технологических решений – при устойчивости базового понимания функциональных задач данного типа производства дизайна (пример – эволюция форм бытовых электроприборов: бритв, нагревателей и т. д.);

- принципиальная броскость, яркость формальных решений, нацеленная на привлечение внимания потребителя, «рекламность» их облика, связанная с коммерческим характером распространения произведений дизайнерского искусства в обществе.

Фактически все многообразие художественных вариаций образов в дизайне можно разделить на два потока: произведения рядовые, как правило, анонимные, трактующие эстетику дизайн-объекта приближенно, на уровне «родового», собирательного образа (массовая продукция, обладающая

гармоничной «типовой» формой, но лишенная ориентации на индивидуальное видение данного типа), и изделия, комплексы и ансамбли «знаковые», определяющие линию развития той или иной сферы дизайна, приближающиеся к личностному ощущению образных характеристик, их индивидуальной трактовке и автором, и потребителем.

Эти и многие другие особенности образных решений (кратковременность, эфемерность существования большинства графических объектов, упаковки, динамичность приемов освещения городской среды, смена моды в одежде и т. д.) делают категорию Образ в дизайне совершенно самостоятельным явлением в теории искусства, требующим разработки собственного исследовательского и понятийного аппарата (если сравнить, к примеру, категории «художественный образ» в традиционной эстетике и «художественный образ-тип» в дизайне).

5.1 Культурный образец дизайна

Поиск «культурного образца» проектируемого объекта – стандартная методика, широко применяемая в дизайне. Чем такой объект сложнее и глубже укоренен в культуре, тем результат обещает быть интереснее и содержательнее. Следует особо подчеркнуть, что «культурный образец» – это ни в коем случае не аналог современного проекта и не прототип для его создания. Тем не менее, сам метод имеет свои историко-культурные корни. В традиционных культурах таким образом вновь создаваемого материального объекта опять же выступал канон. Систему требований, описывающую весь комплекс представлений о «правильном» поведении ремесленников, поставлял канонический образец – готовая и неизменная модель для создания и сбыта любого изделия. Средневековые своды цеховых правил регламентировали все стороны существования в профессии, они предусматривали:

- строгий порядок в технологии и приемах изготовления изделий;
- соблюдение определенных цеховых ритуалов этикета в общении с заказчиком;
- регламентацию ценообразования;
- определение обязательных форм продажи изделий и пр.

Канонические порядки, отлаженные в опыте многих поколений, фактически, хранили в мифологизированной художественно-образной форме «генетический код» материальной культуры. Однако со временем «стершийся» канон терял свою порождающую силу и вырождался в клише. Затем на смену канонической культуре пришла культура Нового времени, и организующая роль закрепилась за художественными программами. В художественных программах, выразившихся в так называемых «больших стилях» (таких как готика, барокко, классицизм, модернизм и пр.), также закреплялось представле-

ние о тотальном единстве мира, творимого на основе художественного образца. Эта целостность находила свое выражение:

- в единстве материального окружения;
- в единстве миропонимания, положенного в его основу;
- в единстве выразительных приемов (эстетики, художественного языка), созидających этот материальный мир. Однако в отличие от канона как изначального закона, освященного божественным присутствием, художественная программа допускала:
 - социально-культурную критику уходящего состояния, утратившего связь с изменившимся миропониманием;
 - логическое обоснование новых выдвигаемых идей.

Тем не менее на поворотных этапах культурного развития и художественные программы тоже могли порождать искусственную целостность, периодически выступая «прокрустовым ложем» по отношению к реальной жизни.

Современные представления о «культурном образце» в дизайн-проектировании имеют генетические корни в ограничительных рамках канона или художественной программы даже индивидуальной творческой палитры отдельного художника, также обладающей внутренним единством. Но «культурный образец» – уже не канонический прототип, требующий дотошного копирования, не пример для подражания или интерпретаций и даже не основа для самовоспроизводства внутренне целостной творческой личности. Каждый объект проектирования, каждая проектная задача требуют поиска своего «культурного образца», логика этой работы субъективна, связана с авторским видением и задачи, и объекта, и мира. Весь доступный проектировщику опыт культуры служит источником тем, смыслов и образности для его проектов. Из этого источника черпаются им культурные образцы, становящиеся затем одним из инструментов создания авторских произведений. Отталкиваясь от избранного образца, дизайнер создает новый, уникальный, современный ему объект, обладающий, однако, внутренней целостностью.

При таком взгляде на вещь, проектируемый объект соотносится не с другой вещью, а с художественно образным языком. Если дизайнер достаточно образован и чуток к различным областям искусства, присущих данному объекту, стилю, то стилевой фон обязан отразиться в его работе.

Вся палитра поразительных средств: пластические искусства, живопись, музыка, архитектура приходят на помощь дизайнеру и становятся его творческим источником.

Для успешного проектирования культурно-языковой точки зрения надо обладать широким кругозором, художественным вкусом, навыками проектирования композиции, обязательно знать стили направления, чувствовать дух времени, культурный фон.

Приведённый взгляд на «вещь» предполагает выбор доминирующей темы. Эта инструментальная – составляющая темы, культурное осмысление

языка, выражение таким образом, когда дизайнерская вещь, гармонично включающаяся в предметную среду, поддерживается господством стиля, рассказывает об этом стиле на языке формообразования.

5.2 Проект и художественный образ

Переосмысление животворного источника, питающего положительный вариант будущего, переоценка былых упований на поступательное развитие цивилизации в какой-то мере переориентировали сознание современных исследователей, а затем и дизайнеров, а также большинства людей. В дальнейшем мы поговорим об этом подробнее, а сейчас обратим внимание лишь на одну сторону этого процесса.

А именно – на возрастание внимания к развитию так называемого образного мышления в качестве необходимого для дизайнера профессионального качества.

Что же это такое – «образное мышление»? Когда мы погружены в созерцание какого-либо природного явления – будь то сумерки над озером, лес, пронизанный лучами солнца, или кружение снежинок под фонарем – и нас оно захватывает, сообщает нам особое эмоциональное состояние, тогда в нас рождается образ наблюдаемого. Этот образ каждый раз неповторим и у каждого свой, он оказывается больше, сильнее реально существующего, шире его по охвату представлений и ассоциаций. Наша склонность к образному восприятию и образному мышлению позволяет нам глубоко пережить его, отметить для себя его эмоциональную окраску и запечатлеть в памяти. Но если кто-то имеет склонность такие свои переживания фиксировать, то станет отыскивать слова, краски или звуки, чтобы выразить особенности этого образа, воплотить его в любом материале.

Нам хорошо знакомо понятие «художественный образ» – его мы находим в литературе, живописи, театре... Создание художественного образа – специфический для искусства способ осмысления и переработки действительности, эстетического овладения ею. Конкретное дерево, знакомый человек – сами по себе не образы, а реальные объекты. Более того, картина на стене или книга на полке – тоже не художественный образ, а лишь материальный объект, заключивший в себе энергию этого образа, возможность его высвобождения. Реализуется образ, когда мы на эту картину смотрим, проникаясь состоянием изображенного на ней, когда погружаемся в чтение этой книги, забыв о том, что у нас выкипает кофе. Вот тогда-то, на пересечении заключенной в них художественной информации и нашего восприятия, и происходит рождение образа, в данном случае – художественного.

Итак, образ рождается на пересечении двух лучей: исходящего от потенциально содержащего его объекта и луча сознания, способного этот импульс воспринять и обогатить собственным содержанием. Человек уже назавтра

может прийти к тому же художественному объекту в ином расположении духа. И что же, разве образ, возникший при их первой встрече, не изменится? Полагаю, что он претерпит изменения: что-то в нем покажется менее существенным или же в нем проявятся какие-то новые грани. Образ – это объект психической реальности, фантом. А. А. Мещанинов, автор, совместивший в своем опыте разностороннюю дизайнерскую практику с пристальным анализом дизайн-процесса, пишет в своей монографии: «Образ – особый феномен и продукт нашей психики, Божий дар одномоментного постижения явления через целостное представление. И дальше: «Образ имеет эмоциональную окраску и является выражением и результатом нашего отношения к явлению».

И все же, при всей нестабильности, изменчивости образа как явления психики можно определить константные (постоянные) характеристики художественного образа, заложенного в конкретном произведении искусства – возникает ли он в сознании одного и того же человека, но в разное время или даже у совсем разных людей. Различия, конечно, останутся, и они будут выявляться в интерпретациях этого образа, фиксироваться в критической, искусствоведческой, исследовательской литературе – но всякий, кто знаком с данным произведением, будет понимать под этим образом в каких-то пределах нечто общее. Только для этого необходимо еще одно условие: «Образ продуцируется в определенной культурной среде, и адекватная интерпретация образа требует погружения воспринимающего субъекта в соответствующий культурный контекст, понимания заложенных в образе культурных кодов там же.

Продолжим цитировать «родовые качества» образа, сформулированные названным автором. Образ – это наиболее емкое, надежное средство передачи информации об объекте, а также долговременного хранения ее в кладовой нашей эмоциональной памяти, поскольку образу свойственны целостность и внутренняя нерасчлененность. Посредством образного восприятия мы способны получить всю информацию об объекте сразу, мгновенно, так как принципиальной особенностью образа является одномоментность его воспроизведения в сознании, минуя логические рассуждения по его поводу. Образное восприятие – это особый «способ обретения и хранения существенных черт объекта без необходимости задействования рассудочно-логической, интеллектуальной компоненты оценки и суммирования полученных данных» там же. Более того, логически мы как раз никогда и не смогли бы достичь такого эффекта проникновения в суть объекта, именно в этом и состоит для дизайнера ценность образного мышления.

С его помощью дизайнер может исполнять свою роль, корректируя проект – прогнозом, расчет – интуицией, а дизайн способен сохранять свою позицию пограничного явления.

Подытожим главное из сказанного:

– художественный образ глубоко укоренен в культуре, поэтому его формирование и восприятие возможны лишь внутри определенной эстетической системы;

– художественный образ рождается в акте коммуникации на пересечении воплощенного художником замысла и восприятия этого замысла зрителем (читателем, слушателем), оценка образа зависит от подготовки и ориентации воспринимающего сознания;

– художественный образ целостен, он одновременно воспроизводится в воспринимающем сознании;

– художественный образ всегда эмоционально окрашен.

Очевидно, что образ в дизайне не полностью идентичен образу в искусстве, хотя родовые свойства художественного образа сохраняются и здесь. Но если достоинства художественного образа поверяются лишь талантом и убежденностью его автора и относительно независимы от признания его широкой аудиторией, то проектный – просто обязан соотноситься с культурой потребления и не реализуется вне ее пространства.

Вполне утилитарная вещь этнически чужой или отдаленной во времени потребительской культуры сегодня может стать лишь сувениром или музейным раритетом.

Различие между художественным и проектным образом в том, что потребитель воплощенного проектного образа входит с ним в практическое взаимодействие, он им попросту пользуется (а не только воплотившей его вещью) в своей обыденной жизни. Однако то, что проектный образ более приземлен, что он «обслуживает» реальность повседневного существования, не так уж значительно меняет его суть. И повседневная жизнь несколько не менее нуждается в гармонии, красоте и порядке, в реализации своих ценностей в предметной форме. Но мерило качества проектного образа – иной природы, нежели художественного, и это существенно, прежде всего, для его оценки. Мерило его – потребитель и готовность его пользоваться воплотившей этот образ вещью или системой вещей.

Основные характеристики проектного образа, сохраняющего также и «родовые свойства» художественного:

– идеальность (способность к существованию в идее);

– целостность;

– осмысленность.

На основании этого сложились и три аспекта методики так называемого «образного подхода» в дизайн-проектировании:

– художественное моделирование – воспроизведение идеальной жизни вещи в художественном воображении;

– композиционное формообразование – построение вещи как композиционной формы, обладающей внутренней завершенностью, гармоничностью, соразмерностью, целостностью и т. п.;

– смыслообразование – постижение смысла вещи, раскрывающего содержание ее социокультурного бытия.

Поскольку проектный образ принципиально конформен, в нем заложено реальное состояние культуры, социальных процессов, социально-психологических особенностей, экономических и прочих факторов, которое на данный момент характеризует действительность (объективный фактор);

– отношение к сформированному проектному образу со стороны потенциальных адресатов (субъективный фактор).

5.3 Феномен вещи в дизайне

Дизайн возникает в XIX в. в ответ на потребность в достижении синтеза функциональности и эстетической выразительности предметной среды, достигаемого в условиях промышленного производства, с одной стороны, и возрастания роли индивидуального начала в культуре, – с другой. С этого момента и до наших дней актуален вопрос о критериях красоты вещей. В конце XX века в условиях отказа от аксиологических конвенций ведущим из таких критериев становится стиль. Исследование вещи будет неполным, если вне поля зрения остаются ее стилевые характеристики.

Объектом исследования является вещь в дизайне во всем многообразии ее проявлений. Вещь необходима для человека, иначе материальной культуры попросту не существовало бы, а человек не смог бы реализовать себя во всей полноте потребностей и проявлений. Сказанное означает, что в философии культуры вещью можно назвать только востребованный предмет, отвечающий на потребность или совокупность потребностей, находящийся во взаимодействии с человеком. Без этого вещь не приобретает статуса необходимости, оставаясь фрагментом бытия, веществом, чем-то нейтральным для человека либо даже чуждым ему. Поэтому предметом исследования данной работы является проблема становления вещи, произведенной дизайнером и востребованной людьми, и ее последующего существования в качестве таковой. Условия и обстоятельства этого процесса напрямую связаны с культурой.

Независимо от воли и желания создатель «вкладывает» в вещь информацию о себе. Всякая вещь есть форма, которая рождается на пересечении временных потоков культуры и в этом смысле лишена сиюминутности.

Главной целью работы является разработка философско-культурологической концепции вещи как продукта дизайнерской деятельности и феномена культуры, рассматриваемой в единстве ее проективной, формальной и смысловой сторон.

Достижение исследовательской цели связано с решением ряда задач:

1. Рассмотреть историческое развитие отношения человека к вещи с целью определения спектра возможных потребностей человека, на которые ориентируется дизайнер, создавая вещь. Показать, чем отличается отношение

человека к предметно-вещественному миру на разных этапах развития культуры, выявить социокультурные детерминанты этого отношения.

2. Обосновать понимание дизайна как исторически необходимой социокультурной деятельности по созданию эстетически выразительных вещей и систем вещей, гармонизирующих предметный мир и бытие человека.

3. Исследовать вещь в дизайне как феномен культуры и аккумулятор социокультурного опыта. Определить содержание понятия «вещь» в сопоставлении с понятиями «объект», «предмет», «отношение». В процессе изучения социокультурных функций вещи как продукта дизайна определить условия превращения предмета в вещь.

4. Проанализировать отдельные смысловые социокультурные аспекты вещи, исходя из трактовки тела как первой вещи, осваиваемой человеком.

5. Определить цели и критерии проективной деятельности по созданию вещей средствами дизайна. Рассмотреть вещь как форму, сосуществующую с человеком и разнообразно воздействующую на него в процессе восприятия и пользования. Исследовать формальные особенности вещи как необходимого итога дизайнерской деятельности.

6. Рассмотреть вещь с эстетической точки зрения – как продукт и элемент стиля. Проанализировать стиль как культурно-исторический способ формообразования вещей в дизайне, воплощающий единство всеобщего и индивидуального.

7. Вывести и классифицировать способы работы дизайнера с историческим стилевым материалом с целью разработки теоретической основы анализа творческих методов и приемов современного дизайна.

«Вещь есть необходимость. Это означает, что вещью мы называем только востребованный предмет, то есть такой, который нужен данному человеку в данный момент времени и точке пространства. Тогда, в процессе распредмечивания, он становится вещью. Предмет – энтелехия вещи. Вещь – предмет, реализовавший себя». Я согласна с тем, что «вещь» – это востребованный предмет, ведь если вещь становится не нужной человеку, перестает быть необходимой, она остается предметом. От античной максимы «человек есть мера всех вещей» до современной аксиомы «вещь как мера человека» проходит сложный процесс нравственного, гуманистического, общекультурного развития человечества. Как элемент культуры, как результат человеческой деятельности вещь – явление, имеющее сложную природу: она выступает не только как материальный продукт, но и как феномен, несущий в себе духовный смысл. Движение от предметной природности в сторону культурной вещественности отражает преобразующий характер человеческой деятельности. И это закономерно, поскольку вещь – это отражатель человеческой деятельности, поведения и общения людей. Вещи влияют на многообразие форм социальной жизни, видов деятельности, создают предметную среду – вторую природу. Вещественный слой есть нечто большее, чем сумма составляющих его элементов. Вещь в современном понимании представляется как живая форма деятельности человека. Небезызвестно, что

жизнь – это абсолютная форма для всего живого. Но в определенных культурных условиях возможно возникновение жизни вещи за счет ее контакта с человеком. Вещь преодолевает саму себя и становится объяснением общей эволюции культуры. Возможность соответствующего взгляда на вещь открывает теория ценностей. Знаковая и информационная трактовка вещей также позволяет извлечь культурологическую информацию о человеке. Вещь является сложным понятием, которое включает в себя непосредственно воспринимаемые физические свойства, так и ее культурные, метафизические смыслы. Вещная среда традиционно рассматривается как результат человеческой деятельности, как потребляемый объект. Но в системе отношений человека и вещи, как элемента материально-духовного мира, первый выступает не только как субъект, формирующий свою среду обитания, но и как объект, изменяющийся под ее воздействием. Возможно и такое, человек считает, что он владеет вещью, а на самом деле вещь овладевает им. Иногда используемая вещь может привести человека к духовной и даже физической гибели. Может быть, в этот момент вещь становится личной, накладывая при этом определенный отпечаток. «Личная» вещь может выражать внутренний и духовный мир ее владельца и отражать его общественное положение, статус, отношение к окружающим людям, к обществу в целом. Вопросы, связанные с пониманием и объяснением роли вещественного в жизни человека в разные периоды, были поставлены в трудах Платона, Аристотеля, Т. Л. Кара, И. Канта, Г. В. Ф. Гегеля, Ф. В. Й. Шеллинга, К. Маркса, О. Шпенглера, М. Хайдеггера, М. Фуко, И. Хезинга, К. Ясперса. Отечественное философское наследие на изучаемую проблему также велико. Вещь – часть среды, материально, предметно освоенного мира. Вещи как элементы материальной культуры образуют хронологические, технологические последовательности, которые отражают движение человеческой мысли. Вещь может быть связана с культом, традицией, ритуалом. Ей присуще материальное и духовное начало, она является отражением философии народа, его менталитета. Изучая вещи того или иного народа, мы можем узнать об их особенностях, взглядах. Вещь многогранна сама по себе. Вещь как механизм наследования образа. Воспроизведение движения в процессе использования вещи совмещает пласты времени, возникает как ответ на определенную потребность, удовлетворяя эту потребность, вещь является вещью. В качестве дополнения необходимо что-то одушевленное, ведь вещь всегда чья-либо. Одушевление вещи должно быть осмыслено. Процесс одушевления вещи происходит тогда, когда она духовно осваивается. Но, по мнению Хайдеггера, процесс одушевления происходит в момент возникновения вещи. С этим можно согласиться, так как в процессе создания той или иной вещи мы вкладываем в неё частичку себя. «Вещь – это часть бытия, а не только элемент культуры» [2, стр. 49].

По Хайдеггеру вещь самобытна и самостоятельна. «Что такое чаша? Мы говорим: емкость; нечто приемлющее в себя что-либо другое. Приемлющее в чаше – дно и стенки. Это приемлющее можно в свою очередь тоже взять за ручку. В качестве емкости чаша есть нечто такое, что стоит само по себе.

Самостояние характеризует чашу как нечто самостоятельное. В качестве самостояния чего-то самостоятельного чаша отличается от предмета» [2, стр. 49]. Чтобы понять предмет, разгадать его, необходимо признать его самостоятельность и потом оценивать. Вещь всегда толкает к каким-либо определенным действиям, сначала ты должен признать её самостоятельность, а затем познавать её смыслы, давать ей оценку. Также Хайдеггер считает, что индивидуальность вещи происходит от функционального её использования. Каждая вещь индивидуальна сама по себе. «Вещь есть необходимая самостоятельная сущность, полнота бытия которой раскрывается только в отношении с человеком и через него» [2, стр. 52].

Можно выделить два класса вещей созданных человеком – «производственные» и «ритуальные». Ритуальными здесь называются те вещи, которые заключают в себе художественную выразительность. «Отталкиваясь от этого разделения, мы приходим к дифференциации утилитарного и ценностного: стул и трон, ведро и священный сосуд» [2, стр. 47]. Такое разное отношение человека к вещам было во все времена. Также в отношениях той или иной культуры к вещи могут быть более общие закономерности. Ещё два вида вещей выделяет М. С. Каган, это вещи «игрушки» и художественные произведения. Интересно то, как вещь становится игрушкой, и когда она может быть художественным произведением. Мне кажется, что для вещи «игрушки» не может быть каких-то глубоких смыслов, их и не должно быть. При её создании смыслам не уделяется большого значения. Игрушка – вещь, служащая для игры, а игра – это развлечение, следовательно, для развлечения не нужны глубокие смыслы. Вещь «игрушка» не может быть художественным произведением. Художественное произведение включает в себе более глубокие, более ценностные смыслы, оно более знаково. Также в большей степени удовлетворяет требования эстетического вкуса.

Функции вещи:

1. Адаптивная (поддерживать среду в нормальном состоянии жизнедеятельности).
2. Результативная (направлена на достижение цели).
3. Интегративная (направлена на интеграцию культурных ценностей).

6 ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО МЫШЛЕНИЯ

Алгоритм проектного мышления дизайнера – это сформулированная автором **тема** создаваемой им вещи, творческая интерпретация этой темы (предварительная авторская гипотеза новой вещи);

– объективное содержание вещи, ее **смысл** в определенном социально-культурном контексте (исследование ее всестороннего функционирования в реальном социально-культурном пространстве);

– проектная **идея** новой вещи (совмещение первоначальной гипотезы и приобретенных объективных знаний об этой вещи);

– пространственная форма вещи, ее **морфология** (материализация идеальной вещи в проекте и в материале, совмещающая в себе субъективную и объективную составляющие).

Метод смыслообразования создаваемой вещи строится на сопоставлении первичного и вторичного значения вещи, привнесенного при проектировании.

Удачно созданная вещь содержит в себе информацию о типе, модели, характере культуры. Каждая вещь может быть рассмотрена под углом канона (идеальный образец). Канон для человека является:

- кристаллизацией памяти культуры;
- источником порядка;
- идеальной моделью для созидания;
- программой образа жизни.

В реализованном виде канон имеет три системных уровня: целостно-материальный, идейно-положительный, художественно-образный.

Инструментальная точка зрения на вещь:

1. Для создания функционально нового объекта, необходимо увидеть несовершенство другого объекта и варианты его совершенствования.

2. Самонаблюдение профессионала, направленность поиска, интуиция, творческая активность, использование знаний по комбинаторике, трансформации помогут увидеть или почувствовать способность трансформации объекта похожего или отвлеченного.

Идейно-ценностная точка зрения на вещь.

Доминирует в ситуации, когда одна «функциональная пригодность предмета еще не служит гарантией его совокупного качества». В проектируемой вещи выявляются ее знаковые, символические функции, и сама она рассматривается как символ. Для достижения проектного результата наиболее применим прием театрализации. Воображаемая вещь мысленно перемещается в иную среду существования. Проектировщик реализует символическое формообразование, создает обновленные связи человека с миром. Проектировщик может практиковать также аллегорическое формообразование. Такой подход к проектированию, когда в сознании дизайнера доминирует представление о всякой вещи как носителе определенных идейно-ценностных смыслов, во все времена наиболее результативен, но он требует от автора широкого культурного кругозора, развитой творческой интуиции и, разумеется, не сводится к узкопрофессиональным навыкам.

Культурно-языковая точка зрения на вещь.

При таком взгляде на вещь объект проектирования соотносится уже не с другой вещью, а с художественно-образным языком (если дизайнер достаточно образован в различных областях искусства, ему присущи стилевые знания, знание истории искусств) вся эта палитра может отразиться в его работе. Для успешного проектирования при доминировании «культурно-языкового»

подхода необходимо не только обладать широким культурным кругозором и развитым художественным вкусом, но и профессионально владеть композиционными навыками работы с цветом, фактурой, морфологическими единицами, прочими выразительными средствами, уметь комбинировать и соотносить их в законченном произведении. Для достижения выразительности новой формы в качестве образных средств дизайнером используются приемы омонимии и синонимии. В случае омонимии вещь проецируется на культурный фон, обладающий собственными особенностями художественного языка. В случае синонимии вещь остается внутри наблюдаемого культурного фона, но в ней выявляется потенциал самых различных образных, стилевых, пластических решений.

Следует особо подчеркнуть, что приведенные «три взгляда на вещь» предполагают сознательный выбор автором доминирующей темы.

Созданная усилиями дизайнера целостная Вещь:

- гармонично включается в предметный ансамбль сложившейся культуры;
- поддерживает господствующие в ней символы и ценности, с которыми соотносится жизнь людей;
- «вещает» об этих символах и ценностях на внятном людям языке формообразования.

6.1 Определение понятия «дух времени»

Дух времени (нем. *zeitgeist*) – духовная атмосфера эпохи, широко распространенная склонность мыслить определенным образом и соответственно выражать свои мысли и действовать. Нередко оценивается как «дух века сего» и отвергается одними христианами, но воспринимается относительно нейтрально, а иногда и положительно – другими.

Дух времени (нем. *zeitgeist*), согласно Гегелю, развертывающийся в истории объективный дух, который действует во всех единичных явлениях некоторой эпохи; совокупность идей, характерных для какого-то периода. Гете рассматривал дух времени как преобладающую духовную сторону эпохи: «Если какая-нибудь сторона выступает наиболее сильно, овладевая массой и торжествуя над ней, так что при этом противоположная сторона оттесняется на задний план и затеняется, то такой перевес называют духом времени, который определяет сущность данного промежутка времени».

6.2 Художественное творчество и проблемы восприятия

Художественно-образное проектирование уходит своими корнями в национальную культуру, в систему существования человека. Художественный образ рождается в процессе пересечения задуманного и реального. Художественный образ целостен и одномоментен, эстетически эмоционально окрашен. Достоинства художественного образа проверяются талантом, убежденностью автора, независимым признанием широкой аудитории.

Проектный образ – соотношение образа с культурой потребления, реализацией.

Мерило качества проектного образа – потребитель и готовность его пользоваться воплотившей этот образ вещью или системой вещей. Потребитель пользуется проектным образом в обычной жизни.

Основные характеристики проектного образа:

- идеальность (способность к существованию в идее);
- целостность;
- осмысленность.

На основании этого сложились и три аспекта методики так называемого «образного подхода» в дизайн-проектировании:

- художественное моделирование – воспроизведение идеальной жизни вещи в художественном воображении;
- композиционное формообразование – построение вещи как композиционной формы, обладающей внутренней завершенностью, гармоничностью, соразмерностью, целостностью и т. п.;
- смыслообразование – постижение смысла вещи, раскрывающего содержание ее социокультурного бытия.

В проектный образ обязательно заложены:

- реальное состояние культуры, социальных процессов, социально-психологических особенностей, экономических и прочих факторов, которое на данный момент характеризует действительность (объективный фактор);
- отношение к сформированному проектному образу со стороны потенциальных адресатов (субъективный фактор).

Дизайн обеспечивает создание вещей, продвижение их на потребительский рынок. Он находится между миром вещей и миром людей.

6.3 Методы художественно-образного моделирования

Художественно-образное моделирование в сознании дизайнера – его фантазия, воображение, совмещение нового с предвидением будущего.

Особенность дизайнерского мышления – решение узкопоставленных задач, поиск и возможности разрешения проблемы.

Художественно-образное моделирование выступает в дизайне как явление сугубо индивидуальное и подпитывается живописью, театром, музыкой.

При проектировании возникает 2 типа проектирования: аналоговое и инновационное.

Аналоговое проектирование (решение задачи)

- неопределенная ситуация сводится к определенной, имеющей известное решение;
- находятся аналоги, прототипы решения сходной задачи;
- проверяется возможность перенесения найденных решений на проектируемый объект;
- в проектном предложении минимально трансформируются знакомые решения сходной задачи;
- прототипический подход («мост»).

Инновационное проектирование – это разрешение проблемы:

- определенная ситуация при расширении ее контекста (при включении в нее новых обстоятельств, точек зрения и т. п.) освобождается от готовых решений;
- ситуация становится неопределенной, открытой, обладающей широким веером возможных разрешений;
- выбранное решение конкретизируется, проверяются его уместность и своевременность в данной социокультурной ситуации, рассматриваются практическая возможность воплощения, соответствие уровню развития технологий, допустимым финансовым затратам и т. д.;
- в проектном предложении содержится неожиданное и на первый взгляд парадоксальное разрешение проблемы;

Дизайнер вносит изменения в саму жизненную ситуацию, используя инновационное проектирование, принимая находки аналогового.

6.4 Использование в дизайне «культурного образца»

«Культурный образец» – это ни в коем случае не аналог современного проекта и не прототип для его создания. В традиционных культурах таким образцом объекта выступал канон. Канонический образец – готовая и неизменная модель для создания любого изделия. Средневековые своды цеховых правил регламентировали:

- строгий порядок в технологии и приемах изготовления изделий;
- соблюдение определенных цеховых ритуалов этикета в общении с заказчиком;
- регламентацию ценообразования;
- определение обязательных форм продажи изделий и пр.

Устаревший канон вырождался в клише. Затем на смену канонической культуре пришла художественная программа, выразившаяся в «больших стилях» (готика, барокко, классицизм, модернизм и другие).

Художественная программа выразилась:

- в единстве материального окружения;
- в единстве миропонимания, положенного в его основу;
- в единстве выразительных приемов.

Однако художественная программа допускала:

- социально-культурную критику;
- логическое обоснование новых выдвигаемых идей.

Стандартизация появилась с понятием дизайна широкого потребления. Стандарты глубоко и всесторонне продуманы, выверены временем и практикой, а затем разумно применены, являются гармонизирующим началом. Умение создать нечто законченное и совершенное в заданных рамках, внутри ограниченного пространства возможностей – способ подчиниться творческой самодисциплине, проявить свою профессиональную зрелость.

Представление о культурном образце – это не канонический прототип, а доступный опыт культуры. Культурный образец становится инструментом для создания авторского произведения. Культурный образец – это методический прием, позволяющий видеть вещь или сложный комплекс вещей, объектов в связи с социальными и культурными потребностями. Культурный образец – посредник между людьми и создаваемыми объектами, миром природным и миром рукотворным, миром «высокого» искусства и миром обыденного существования, прагматичной деятельностью, направленной на развитие коммерции, и формированием стиля и образа жизни.

Дизайн выступает посредником между:

- антиутопией прогноза (предвидения) и утопией проекта (волевого воздействия);
- следованием жизненным реалиям и формированием этих реалий;
- сохранением природы вещей и преобразованием предметного мира;
- упорядочиванием предметного окружения и провоцированием его многообразия;
- самоощущением человека и необходимостью следовать нормам социума;
- творением человеком физической вещи и творением вещью социального человека.

Парадигма – господствующий в какую-либо данную эпоху взгляд (на язык, культуру, профессию, науку, искусство, мироустройство), связанный с определенным философским течением, определенным направлением в искусстве. Парадигма связана с определенным стилем мышления в науке и стилем в искусстве.

Ситуация, периодически складывающаяся в культуре и определяющая взрывной характер ее развития, называется сменой парадигм – резкое изменение представлений о мире.

Вновь сложившаяся парадигма отражает господствующий в данную историческую эпоху взгляд на все мироустройство, основанный на новой научной картине мира и его новом философском осмыслении. Парадигма определяет стиль мышления в науке и стиль в искусстве, стиль поведения людей, что вытекает в дизайне.

Культурные и проектные парадигмы материального мира, понимаемого как совокупность отдельных вещей, и мира, понимаемого как предметно-пространственная среда.

Эстетика дизайна основывается на трехмерности восприятия создаваемого объекта. Иногда при создании объекта говорят о формообразовании, смыслообразовании, эстетическом типе на определенном историческом этапе, о стиле:

Существует три понятия парадигмы:

1) парадигма – книжно-историческая: 14 – начало 20 в., пространство классики, симметрия, гармония, нюанс, баланс между черным и белым, равновесие;

2) парадигма – визуально-коммуникативная: 20 в. – модерн, динамическое пространство, соединение контраста и ритма, комбинаторика, единство и борьба противоположностей;

3) парадигма – визуально-медийная: конец 20 в., с постмодернизма до сегодняшнего дня, виртуальная реальность пространство внутри виртуальной реальности, фон и контраст, значение и символ (ее вопросами занимается типографика).

7 МЕТОДИКА ОБРАЗНОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Художественно-образное моделирование реальности роднит дизайн также и с творчеством в любом виде «высокого» искусства: в живописи, в литературе, театральном или киноискусстве. Здесь вновь дизайн заявляет себя как явление пограничное, в данном случае между сугубо прагматичной деятельностью, решающей насущные, в том числе рыночные, проблемы – и созданием объектов, определяющих (одновременно и выявляющих, и задающих) стиль и образ жизни людей. И знаменательно, что связь с универсальным творческим мышлением проявляется как раз в области профессиональной методики поиска образа. Художественно-образное моделирование дизайн-проекта происходит не в мастерских и не на компьютере, оно разворачивается в сознании дизайнера – в его фантазии, его воображении, совмещающем в себе энергию созидания нового с интуицией предвиденья и способностью отражать и систематизировать наблюдаемое. По способу профессионального мышления дизайнер ближе всего, конечно, к архитектору, но тот дизайнер, который занимается проблемами городской среды, как раз зачастую и не находит общего языка с архитектором,

получившим классическое образование. Для производства любого промышленного изделия творческие способности столь же необходимы и конструктору, и инженеру, и технолог, и прочим специалистам, которые своим трудом создают тот же материальный объект. И все же, не в обиду будет сказано представителям этих профессий, определенное отличие существует. Особенно ясно и наглядно демонстрирует его одна краткая фраза-формула, ставшая уже хрестоматийной. Звучит она так: «Дизайнеру заказывают не мост, а переправу». Почему? Проанализируем предложенную сентенцию.

Понятно, что перед нами не просто некая констатация, но метафора, которую следует расшифровать. Так что же такое в этом высказывании «мост»? С заказом на проект моста – а это вполне конкретный заказ – обращаются к инженеру-мостостроителю, к конструктору, специализирующемуся на проектировании этих сооружений, наконец, к архитектору. При этом изначально полагается очевидным, что в сложившейся ситуации требуется именно мост и ничто иное. Задание формулируется именно и только так: «спроектировать мост». Далее оно может выполняться самыми разными способами: исходя из реальных условий, финансовых возможностей, соображений проектировщика, мост может оказаться подвесным или понтонным, на «быках» или какой-либо иной конструкции – но это всегда будет мост и только мост. Итак, «мост» в этой фразе есть обозначение самой идеи задачи, «мост» – метафора задачи, которая, будучи однозначно сформулированной, требует четкого и адекватного проектного ответа.

В отличие от слова «переправа» в приведенной фразе определяет содержание сложившейся проблемы. Она состоит в том, что существует необходимость переправиться через некое пространство, то есть попасть на ту сторону, тот берег – реки, оврага, пропасти, железнодорожных путей и т. д. Спектр решений такой проблемы включает в себя, среди прочего, и сооружение моста, но никак этим не исчерпывается. Переправиться, в принципе, можно различными способами: прорыв под землей тоннель, на плавучем средстве (если через воду), на воздушном шаре, по канатной дороге... телепортацией, наконец! На последнем способе, разумеется, слишком настаивать не будем – он приведен лишь как указание на несдерживаемое рациональным рассудком максимально возможное расширение способов решения поставленной проблемы. Итак, в этом контексте «переправа» – метафора проблемы.

Итак, мы имеем противопоставление задачи и проблемы. В приведенной фразе утверждается, что к дизайнеру не следует обращаться за решением узкопоставленной, конкретизированной задачи; поле его деятельности – поиск возможностей разрешения проблемы, всегда обладающей качеством неопределенности. Трансформация задачи в проблему есть процедура проблематизации, то есть расширения смыслового контекста первоначальной задачи, включения в него новых смыслов и значений.

Особенность дизайнерского мышления.

Еще Петер Беренс, автор первой в истории дизайна (Германия, 1907 год) целостной дизайн-программы АЭГ («Всеобщая электрическая компания»), говорил: «Меня всегда интересуют только проблемы. Тем, что само собой разумеется, пусть занимаются другие». Звучит немного высокомерно, но взглянем на ситуацию. Петер Беренс – дизайнер, он иной, он берется вовсе не за их дело, самого его «интересуют ТОЛЬКО проблемы», решение проблемы может вдруг оказаться совершенно непредсказуемым. Таким заявлением автор АЭГ позиционировал себя в системе профессионалов-проектировщиков, обслуживающих производство.

Но не будем вставать в позу и делать вид, что дизайнеры всегда занимались и занимаются исключительно инновационными проектами. Во-первых, в любой деятельности есть корифеи, и есть хор – то есть в нашем случае те, кого знаменитый американский дизайнер Джорж Нельсон называл «пленными дизайнерами»: работая на производстве, им приходится заниматься текущим проектированием с минимальными нововведениями и даже модернизацией устаревших образцов продукции. Так что внутри самого дизайна сложилось естественное разделение на инновационное проектирование и проектирование аналоговое. Расшифровка «первого этапа» исследовательского процесса весьма напоминает процедуру проблематизирующего подхода, не правда ли? Дивергенция, то есть расширение смыслового контекста объекта проектирования или исследования, – универсальный путь поиска новизны. «Второй этап» призван лишь адаптировать найденное знание к насущной реальности, он сводит многообразие решений к оптимальному для конкретных условий. «Аналоговый» же подход начинает сразу со второго, редуцирующего этапа, и потому результаты его недалеко уходят от первоначального состояния материального объекта или знания. Так называемый проблематизирующий подход был уже давно осознан внутри профессии и вполне самостоятельно применялся параллельно с происходящим в науке изменением стиля мышления от строго детерминированного (предсказуемого) – к вероятностному. Близость эта, видимо, объясняется тем, что вероятностное начало всегда присутствовало в художественно-образной составляющей мышления дизайнера, и это, по выражению Ю. Шрейдера, не позволяло ему «превращать «бритву Окка-ма» в гильотину». Итак, дизайн – посредник между художественным и научным постижением мира, но дизайн, в силу прикладного характера, мысль свою материализует, изменяя не только ментальную сферу существования человека, но и его физическое бытие. Мы увидели, что первые враги дизайнерской мысли – рутина, банальность, стандартные решения. Впрочем, в этом дизайнеры не оригинальны: свежесть решений нужна в любом деле. Только для этого специалиста иного, как говорится, не дано – он перестает быть самим собой, когда не пытается выйти за пределы привычного, не ищет и не создает в своем воображении новый образ предметности, соотнесенный с обновленным бытием человека. Или, что парадоксально, не противоречит сказанному – он остается собой, пока не пытается нарушить неустойчивое равновесие своего пограничного положения, пока продолжает балансировать на границах раз-

личных сфер творческой деятельности, областей человеческого знания. Последнее отчетливо проявилось в принятых на вооружение методиках раскрепощения дизайнерского воображения, то есть методиках художественно-образного моделирования. Художественно-образное моделирование, в отличие от логического, основывается не на рациональном, беспристрастном и последовательном учете всех необходимых факторов, а прежде всего на эмоциональном, интуитивном и целостном видении конечного результата творчества. Профессиональная интуиция дизайнера, конечно, должна быть поддержана его культурным кругозором и опытом активной проектной практики – без этого она останется неразвитой. Дизайнер силой своего воображения моделирует ситуацию потребления создаваемого им объекта, характер и тип самого потребителя (адресата), его ожидания, связанные с проектируемым объектом, и т. д. Успеху этой операции способствует методика образного подхода, содержащая эвристический потенциал.

Эта методика основывается на воображаемом помещении проектируемого объекта в различные смысловые контексты, на расширении смыслового поля заявленной проблемы, то есть на дивергенции. По замыслу это должно привести к расширению и семантического поля возможных решений. Вот как самими же дизайнерами на основании анализа ряда крупных разработок были в свое время осознаны и сформулированы основные из таких методических приемов:

1. Ситуация выставки. В качестве первого примера такого методического приема рассмотрим этот. В чем его идея? Проектируемый объект мысленно включается в ряд образцов современной материальной культуры. В искусственной ситуации такой воображаемой «выставки» могут возникнуть не встречающиеся в реальности сочетания «экспонатов», сложиться необычные композиции, возникнуть новые сюжеты. Здесь может произойти сближение далеких в привычном обиходе вещей, могут выявиться неожиданные аналогии и т. д. Все эти впечатления призваны вывести восприятие проектируемого объекта из привычной, «накатанной колеи». Это становится возможным, поскольку включенные в «выставочную экспозицию» вещи отбрасывают на этот объект свои рефлексии, придают ему обновленные социокультурные смыслы, выявляют актуальные на данный момент тенденции формообразования, обостряют чувство современного стиля, восприятие новизны и т. д.

2. Ситуация музея. Так условно назван другой смысловой контекст, в который рекомендуется поместить воображаемый объект проектирования. Данный прием в определенном смысле противоположен предыдущему: если тот выявлял синхронный (единовременный), горизонтальный срез существования объекта, то этот – процесс его вертикального, диахронного (последовательного) развития. В ситуации воображаемого «музея» происходит включение проектируемого объекта в ряд его исторических прототипов, что должно способствовать реконструкции заложенных в нем, но, возможно, «стершихся» культурных значений. Кроме того, при анализе исторических метаморфоз вещи, особенно обладающей глубокими культурными корнями,

могут быть обнаружены интересные обстоятельства. Возможно, когда-то, из-за технологической ли сложности или несоответствия существующему в ту пору образу жизни, а то и вовсе по недоразумению (что тоже случается), от основного ствола развития этой вещи были отсечены какие-то ветви ее возможных трансформаций. Но в новой, сегодняшней ситуации знакомство с этими, отброшенными когда-то, вариантами решения способно дать импульс творческой мысли, предложить неожиданное направление инновации.

3. Перевоплощение, или заимствование позиции. В названии этого метода вполне прозрачно просматривается аналогия с методом актерского вхождения в роль. Разумеется, и так понятно, что при проектировании следует принимать в расчет конкретные условия производства, экономический фактор и т. п. Однако в таком виде все это – перечень требований, пригодный для использования рациональным сознанием.

Но мы имеем дело с художником в расширенном значении слова, и нам приходится эти условия интерпретировать в интуитивное, образно постигаемое знание об объекте. «Методика...» рекомендует: чтобы глубже понять человеческий, социально-культурный смысл вещи, дизайнеру полезно поставить себя на место всех «персонажей», принимающих участие в ее создании. Те «персонажи», которые участвуют в материализации дизайнерского замысла – а для промышленного изделия это технологи, инженеры, конструкторы, экономисты и пр., – способны так радикально повлиять на конечный результат, что потом и сам автор не узнает своей идеи. Когда же дизайнер с самого начала ставит себя на позицию каждого из них (с их профессиональными требованиями), им не придется потом адаптировать проект к техническим или экономическим возможностям производства. И тогда, возможно, не произойдет искажения первоначального авторского замысла.

В какой-то степени схожая ситуация складывается и при создании (с помощью компьютера) графических объектов, предназначенных для печати, – и здесь необходимо учитывать справедливые требования, исходящие от работников типографии, от печатного производства. Учесть их означает надежду, увидеть результат своего труда, не слишком расходящийся с первоначальным замыслом. Если же проектировщик непосредственно выходит на своего адресата, как, например, при создании сайта, то все равно остаются такие «персонажи», как сам автор, заказчик, адресат, с их зачастую противоречивыми вкусами, взглядами и интересами. Применяя на практике этот методический прием, проектировщик выступает посредником интересов всех заинтересованных лиц, и «тогда процесс формирования проектного замысла» протекает в форме внутреннего диалога дизайнера с потребителем и другими «оппонентами».

Отождествление себя с проектируемым объектом. Специальным случаем «перевоплощения» можно считать метод, вошедший в специальную литературу также под названием «метода Альтшуллера». Учитывая особый характер этого приема, не берусь его комментировать, а процитирую, как он представлен в «Методике...». Итак, «дизайнер создает в своем воображении образ вещи как бы изнутри самой вещи, вживаясь в нее, одухотворяя ее, наделяя способностью

говорить о себе самой – о своем материале, логике пространственного строения, тектонических силах, о своем отношении к человеку и т. д. Все связи вещи с внешним миром воссоздаются через то, как они представлены внутри нее самой. Занять такую позицию дизайнера обязывает, в частности, хорошо известное всем проектировщикам чувство «сопротивления» вещи тем метаморфозам, манипуляциям, которым он мысленно подвергает ее. Дизайнер вынужден считаться с внутренней логикой вещи, но, развивая эту логику, он приходит к интересным идеям». Дизайнеры, одаренные столь редкостным даром, способные к полному погружению в объект вплоть до отождествления с ним, видимо, встречаются нечасто. Поэтому прием этот трудно рекомендовать в качестве обычного методического хода. Однако нельзя не согласиться, что, будучи освоенным, метод «отождествления себя с объектом!» должен приносить заметные плоды. Вещь, мы уже говорили об этом, обладает собственным бытием, собственным голосом, которым она и «вещает» чуткому таланту, какой «хочет» стать?

Сценарное моделирование. Этот метод весьма часто и результативно применяется в дизайн-проектировании. Уже одним своим названием он яснее других методик иллюстрирует идеологию художественно-образного моделирования и «применяется для получения целостного и наглядного представления об образе жизни и предметной среде будущего». Здесь «практически незаменимы рисунок и эскизирование», это может быть и макетирование виртуальное или в материале – «макеты такого рода похожи на сценические декорации, в которых строится по задуманному плану театральное действие. Достигаемая в этом случае наглядность служит источником знания, которое нельзя получить умозрительно». Впрочем, после предложения использовать метод «отождествления с объектом» – почему же нельзя умозрительно?! Эти практические процедуры, как трактует «Методика...», позволяют представить себе функционирование вещи в предметной среде, выразительность и целостность образа будущего изделия – не только его внешний облик, но и связи с окружающей средой и человеком.

Но свободнее всего процесс «сценарного моделирования» разворачивается в творческом воображении дизайнера. Идея новой вещи, порожденная сознанием дизайнера на пересечении его предвиденья и волевого проектного замысла, помещается в самые разнообразные ситуации предполагаемого бытия ее рядом с человеком. Используя свое творческое воображение, автор выстраивает целый «сценарий» с проектируемым объектом в заглавной роли и продумывает соответствующую этому «сценографию».

Процедура такого моделирования действительно близка к созданию театрального действия, последовательно раскрывающего «жизнь и приключения» вещи. В каждом его эпизоде выявляются различные грани ее образа, проявляются равные свойства, она различным способом сосуществует с окружением в соответствии с ситуацией и приданными ей возможностями и особенностями. В результате такого «проигрывания» на мыслительной модели проектируемой вещи всех возможных сторон ее бытия складывается заключе-

ние обо всей совокупности требований к ней, о тех свойствах и качествах, которые следует ей придать, формируется окончательное знание о ней. Метод применим не только при разработке единичной вещи, но также и сложного комплексного объекта, когда творческое воображение помещает его в самые разные ситуации функционирования.

8 МЕТОДЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Систематизация (определённая схема расположенных систематизирующих единиц); систематизирующая единица – тип и класс.

Тип – это исходная единица научной, проектной и художественной картины мира. Выявляется на основе идеальной модели.

Класс – это множество предметов с одним или несколькими общими системными либо ситуационными признаками.

Виды классифицируются:

1. Родовые.
2. Типологические:
 - пластические,
 - стилевые,
 - образные.

Цель типологизации – мотивировано ответить на вопрос: «Для кого именно создаётся дизайнерский объект».

Стилевая нестабильность – резкая смена стиля.

«Система ожидания» – выжидание времени в целях получения больших доходов.

Все виды профессиональной деятельности делятся на 5 групп, которые различаются по системе взаимодействия:

1. Человек – человек.
2. Человек – техника.
3. Человек – природа.
4. Человек – знаковая система.
5. Человек – художественный образ => система ценностей => стиль жизни: деловой, семейный, технократический, походный спортивный, созерцательный, артистический.

Технократия – от греческого «techne» – искусство, ремесло, «kratos» – власть.

8.1 Методика предпроектного анализа

«Метод (от греч. *methodos* – путь исследования, познания, теория, учение) – совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности, подчиненных решению конкретной задачи».

Суть методики предпроектного анализа в средовом дизайне состоит в расчленении процесса исследования предлагаемой дизайнеру ситуации на ряд этапов, самостоятельных по целям и результатам работы.

1. Обследование, знакомство с ситуацией, контекстом размещения будущего объекта, перечнем свойств, которыми он должен обладать. Техника этого этапа: изучение аналогов, обзор литературных данных и реальных прототипов, выяснение их положительных и отрицательных качеств, формулировка прямых задач дальнейшей работы.

2. Проектировщик ставит себе задачу восприятия задания как проблемы, то есть столкновения противоречий между обстоятельствами будущей жизни объекта и эксплуатационными характеристиками его структур.

3. Сравнение предложений, рассматривающие отдельные узлы проблемы, сведение их в разные варианты общего решения, и выбор среди этих вариантов наиболее эффективного. Это еще не проект, а дизайн-концепция, принципиальная дизайнерская идея будущего проекта, но уже содержащая его реально представимые формы: инженерно-технические, пространственные, процессуальные и т. д.

Предпроектный анализ выявляет недостатки существующих изделий, пожелания потребителей. Кроме предпроектного анализа при проектировании нового изделия прибегают к социально-экономическому анализу, функциональному анализу (исследование способов использования изделия), функционально-стоимостному анализу (исследование структуры потребностей различных групп населения и наиболее эффективных, с точки зрения затрат, способов их удовлетворения), технологическому анализу (исследование материалов и возможных способов изготовления изделия), анализу формы (исследование структуры изделия и ее аналогов, поиск вариантов композиционных, конструктивных и пластических решений).

Результаты проведенного анализа должны быть интегрированы в операции синтеза путем овеществления (структурообразование) и гармонизации (композиция) объекта. В процессе синтеза результаты проведенных исследований реализуются в конкретных методах формообразования: комбинаторных, аналоговых, образно-ассоциативных.

Эскизное проектирование – создание описания, изображения или концепции несуществующего объекта с заданными свойствами. Основной этап дизайнерского проектирования протекает в сознании дизайнера. В дизайнерском проектировании сочетаются знания и фантазия, интуиция и расчет, наука и искусство, талант и мастерство. Проектирование связано с

психологией творчества, поэтому дизайнеру необходимо применять методы эвристики, способствующие развитию фантазии и воображения и поиску новых нетривиальных путей решения проектной задачи.

Проектная идея «овеществляется» в процессе проектирования в эскизе – в макете – в модели.

Моделирование – отображение, представление или описание целостного объекта (системы объектов), ситуации или процесса. Выделяют художественно-образное моделирование, математическое моделирование (расчет математической модели), проектно-графическое моделирование (создание эскиза), объемное моделирование (создание макета и модели), словесное моделирование.

Самый распространенный метод моделирования – ретроспективное моделирование, основанное на анализе прототипов и аналогов и постановке на базе этого анализа проектной задачи. Однако этот метод не позволяет выполнить основную задачу дизайна – создание новых вещей, а дает возможность совершенствовать уже существующие.

Другим методом моделирования является конструктивное моделирование, то есть видоизменение функций и морфологии вещи (морфология вещи – материальная форма вещи, организованная в соответствии с ее функциями). Конструктивное моделирование может быть: коррективным (совершенствуются функции и форма вещи); переходным (функции и морфология подвергаются переосмыслению для придания объекту новых качеств – в качестве примера из дизайна одежды можно привести направление деконструктивизма в дизайне); проективным (функции и форма вещи создаются вновь – творчество японского дизайнера одежды И. Мияке). Самым инновационным методом моделирования в дизайне можно считать перспективное моделирование (или проектное прогнозирование), которое занимается изучением желательных перспектив развития общества и разрабатывает проекты, которые могут способствовать достижению этих перспектив.

Одним из методов проектирования является макетирование – создание объемных изображений проектируемых предметов.

Макетирование – изготовление макетов изделий из различных материалов в натуральную величину или в нужном масштабе. В дизайне одежды используются следующие методы макетирования: наколка и муляжный. Макет – материальное пространственное изображение проектируемого изделия.

Дизайнер одежды способен самостоятельно спроектировать и изготовить изделие без участия других специалистов, так как владеет всеми необходимыми навыками. Но если речь идет о промышленном проектировании, то на разных его стадиях в работе принимают участие и другие специалисты, прежде всего, конструктор и технолог.

Конструирование одежды – разработка конструкции (построения, взаимного расположения и конфигурации частей) модели одежды. Состоит из

следующих этапов: выбор методики, разработка чертежей изделия для эскизного проекта, расчет, построение чертежа (с использованием индивидуальных или стандартных мерок), изготовление лекал, составление рабочей документации.

Техническое моделирование – разработка чертежей и образца одежды по базовой модели или ее графическому изображению. Разработанный образец служит эталоном формы и конструкции для массового производства.

Технология – совокупность методов обработки, изготовления или переработки сырья, материалов, полуфабриката или изделий в процессе производства; совокупность приемов и способов изготовления одежды.

Проектирование дает полезный эффект в том случае, если мышление дизайнера развито в профессиональном направлении и сам дизайнер обладает следующими качествами:

- способностью увидеть и четко сформулировать задачу;
- способностью быстро выработать достаточное количество идей за ограниченное время;
- умением отыскивать оригинальные решения;
- умением быстро придумывать самые невероятные решения заданной проблемы.

Существует определенный план творческого процесса дизайнера:

1. Возникновение замысла и постановка задачи.
2. Сбор и накопление материала, определение творческого источника.
3. Концентрирование усилий, интенсивная работа, использование различных методов эвристики и проектирования.

Эвристика – метод интенсификации творческого мышления. Методы проектирования – методы решения проектной задачи.

4. Передышка, отвлечение, чтобы через некоторое время опять вернуться к решению и оценить его «свежим взглядом». Необходимо какое-то время, чтобы идея «улежалась».

5. Озарение – получение окончательного оптимального решения.

6. Доработка, доведение работы до конца, обобщение, выводы, оценка, оформление документации.

На всех этапах проектирования теоретическая и практическая работа может строиться по единой проектной методике:

- 1) осмысление проблемной ситуации;
- 2) предпроектный анализ;
- 3) определение принципов и средств решения задачи;
- 4) формирование формального образа;
- 5) анализ проектной ситуации;
- 6) эскизный поиск принципиальных решений;
- 7) проектная проработка.

Методический процесс проектирования можно разделить на четыре основных этапа:

- информационный – содержательная часть;

- аналитический – исследовательская часть;
- синтетический – исследования, зарисовки, идеи;
- коммуникативный – практическая часть.

Эвристика (от греч. *heurisko* – отыскиваю, открываю) – это наука, изучающая продуктивное творческое мышление.

Рассмотрим современные эвристические методы:

1. Метод ассоциаций – один из способов формирования идеи. Он может дать наибольший эффект в том случае, если творческое воображение дизайнера обращается к разным идеям окружающей действительности. Развитие образно-ассоциативного мышления дизайнера, приведение его «мыслительного аппарата» в постоянную «боевую готовность» – одна из важнейших задач в обучении творческой личности, способной мобильно реагировать на окружающую среду и черпать оттуда продуктивные ассоциации. Кроме того, в современном дизайне яркое образное мышление понимается даже как принципиально новый способ самого проектирования.

Развитие ассоциативного мышления дизайнера проявляется в преобразовании предметных, абстрактных и психологических ассоциаций в графические поиски решений объекта. Ассоциативное мышление в творческом процессе очень важно. Способность художника (дизайнера) к такому мышлению является основой творчества, так как любое произведение искусства – это результат ассоциативных представлений о предметах и явлениях реального мира, воссоздаваемых в памяти.

Дизайнер одежды из реальной действительности может взять почти все, что каким-то образом может трансформировать, преобразовать в одежду: мотив, фрагмент чего-то или источник целиком. Творческими источниками при проектировании одежды могут быть любые явления природы, события в обществе, предметы действительности, которые нас окружают. Дизайнера одежды всегда интересуют форма вообще, сопряжение объемов, сочетание разнообразных построений.

Ассоциации могут быть любые: предметные, абстрактные, психологические, ирреальные. Форма лужи на асфальте, блеск льда, фактура грязи на дороге или земли на пашне, капли дождя на стекле, морозные рисунки на окне – все это дает пищу для придумывания.

2. Метод аналогий – метод решения поставленной задачи. При этом методе используются аналогичные решения, взятые из народного костюма, национальной одежды, инженерных решений, произведений архитектуры и т. д. Дизайнер сталкивается с интерпретацией творческого источника и превращает его путем трансформаций в проектное решение. Этот метод применяют достаточно часто и широко, особенно на стадии образного решения объекта в проектировании. Новые интересные решения получаются при образовании не визуальных признаков творческого источника, а одного из способов создания вещи, например:

Способ «несшитой одежды» можно позаимствовать из истории костюма (плащи, тоги, накидки).

Способ «упаковки» – из дизайна тары и упаковки.

Способ «переплетения» подскажут изделия декоративно-прикладного искусства, народный костюм.

Способ «создания объемной фактуры» придет из растительных форм, цветов, листьев, корней и др.

Способ «членения большой формы на составляющие» навеют средневековые доспехи и модульное проектирование.

3. Бионический метод заключается в анализе конкретных объектов бионики. Например, проанализировав механику крыльев насекомых, разработать новые формы запахивания, наслоения верхней одежды, трансформации деталей. Свечение некоторых насекомых может натолкнуть на идею разработки обуви со встроенным автономным освещением дороги. Таким образом, бионический подход в дизайне позволяет получить неординарные решения конструктивных узлов, новых свойств поверхностей и фактур. Кроме того, этот метод предполагает пристальное внимание дизайнера перенести на объекты природы; увидеть в обычном интересную идею, принцип, способ. В этом проявляется связь творческой личности с окружающим миром, со средой обитания человека.

4. Метод неологии является методом использования чужих идей, передового отечественного и зарубежного проектирования. Вообще мода основана на подражании. Поэтому каждое модное нововведение или признак тиражируется специалистами и потребителями до тех пор, пока не наступит психологическая усталость. Сюда можно и метод поиска формы на основе пространственной перекомпоновки прототипа.

5. Метод гиперболы, создания гротескного образа широко используется в современном модном эскизе, а так же в моделях некоторых дизайнеров одежды для создания наиболее выразительного образа (И. Мияке, Дж. Гальяно, А. Мак-Квин, Д. Ван Ноттен).

Метод декомпозиции и принцип последовательного приближения – разложения сложной задачи на составляющие и последовательное решение цепи частных задач.

6. Метод наводящей задачи – решение исходной задачи и определение тех показателей, которые мешают решению данной задачи. Таким эвристическим методом дизайнеры одежды пользовались всегда. Применение этого метода состоит в поиске сходных чужих идей (журналы мод, выставки, показы моделей одежды, посещение магазинов, бутиков, оптовых рынков), в тщательном анализе их достоинств и недостатков. (журналы мод, выставки, показы моделей одежды, посещение магазинов, бутиков, оптовых рынков), в тщательном анализе их достоинств и недостатков. Применение этого метода позволяет решить трудную задачу, используя чужой опыт проектирования.

7. Метод эмпатии – «вхождение в роль» проектируемого изделия. Этим методом чаще всего пользуются актеры в театре. Конечно, этот прием выглядит несколько абсурдно, но может дать неожиданное правильное решение. Например, надо разработать модель пальто или плаща для городской давки, для

поездки каждый день на работу в переполненном транспорте. Проектировщик «входит в роль» этого изделия и с его «колокольни» пересматривает традиционное решение.

8.2 Виртуальная реальность

Виртуальная реальность, (англ. virtual reality, VR) – созданный техническими средствами мир (объекты и субъекты), передаваемый человеку через его ощущения: зрение, слух, обоняние, осязание и другие. Виртуальная реальность имитирует как воздействие, так и реакции на воздействие. Для создания убедительного комплекса ощущений реальности компьютерный синтез свойств и реакций виртуальной реальности производится в реальном времени.

Не следует путать виртуальную реальность с дополненной. Их коренное различие в том, что виртуальная конструирует новый искусственный мир, а дополненная реальность лишь вносит отдельные искусственные элементы в восприятие мира реального.

Объекты виртуальной реальности обычно ведут себя близко к поведению аналогичных объектов материальной реальности. Пользователь может воздействовать на эти объекты в согласии с реальными законами физики (гравитация, свойства воды, столкновение с предметами, отражение и т. п.).

Природа виртуальной реальности может быть психологической, социальной и технологической.

Свойства виртуальной реальности:

- 1) актуальность (виртуальная реальность существует только актуально, только «здесь и теперь», только пока активна порождающая реальность);
- 2) автономность (в виртуальной реальности свое время, свое пространство и свои законы существования);
- 3) интерактивность (виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и с порождающей ее как независимые друг от друга);
- 4) порожденность (виртуальная реальность создается активностью какой-либо другой реальности, которая носит название «порождающей» константной);
- 5) непривыкаемость (появляясь в обычном состоянии, осознает свой опыт);
- 6) спонтанность (объекты виртуальной реальности переходят из одного в другое состояние);
- 7) фрагментарность (виртуальная реальность выхватывает из реальности какие-то фрагменты или фиксирует человека в определенный момент);
- 8) объективность (восприятие себя как объект воздействия виртуальных сил);

9) изменение статуса целостности (меняется ощущение собственного тела);

10) статус личности, средство могущественности;

11) изменение сознания, статус изменения личности, статус расширенного сознания.

В виртуальной психологии различаются такие понятия:

Гратуал – ощущение пребывания в виртуальной реальности более высокого уровня, чем константная реальность. Это ощущение связано с весьма приятными переживаниями, оно подобно состоянию вдохновения, эйфории.

Ингратуал – ощущение пребывания в виртуальной реальности более низкого уровня, чем константная реальность. Это ощущение связано с тяжелыми переживаниями, оно подобно состоянию депрессии.

Консуетал – это нормальное, естественное, нерелексирующее состояние человека, такое же нормальное. Следует подчеркнуть, что консуетал – это не обязательно спокойное состояние. Консуетал противопоставляется виртуалу как состоянию сознания, воспринимаемому как необычное, измененное в ту или иную сторону.

8.3 Эргономика в дизайне

Эргодизайн = эргономика + дизайн.

Обобщения требований к предметной среде и ее оптимизации со временем привели человечество к выработке неких обобщенных критериев и требований, ставших основой науки о труде – эргономики (эргос – труд, номос – закон), известной также в англоязычных странах как «человеческий фактор» (human factors).

За 50 лет существования эргономики как дисциплины менялись ее приоритеты, появлялись новые специфические направления, основные усилия специалистов всегда концентрировались на наиболее актуальных задачах развития науки и проблемах проектирования новых изделий и технологий. Основной задачей эргономики являлось и является обеспечение эффективного и безопасного взаимодействия человека со средствами труда и производственной средой за счет учета специфических возможностей как человека, так и технических средств.

В реальной действительности эргономистам приходится решать, как правило, задачи профессионального отбора и/или адаптации человека к условиям функционирования технических средств. Однако оптимальным способом обеспечения взаимодействия «человек – техника – среда» (ЧТС) является полный учет человеческого фактора на всех этапах создания, эксплуатации и утилизации продукции.

Юридически оформившись в 1949 г., эргономика претерпела существенные изменения за эти десятилетия. Так, если 20 лет назад основные

работы велись в областях (в порядке убывания приоритетности) антропометрии, физиологии труда, проектирования труда, биомеханики, психологии, то в последнее десятилетие приоритеты эргономики существенно сместились в область безопасности, проектирования труда, биомеханики, напряженности труда, интерфейса «человек – компьютер». Биомеханика и физиология труда не доминируют, как в прошлом, но возник их новый аспект, связанный с расстройствами опорно-двигательного аппарата, обусловленный ростом части людей, работающих на компьютеризированных местах.

Развитие эргономики по десятилетиям:

1950-е – военная эргономика.

1960-е – промышленная эргономика.

1970-е – эргономика товаров широкого потребления.

1980-е – интерфейс «человек – компьютер» и эргономика программного обеспечения.

1990-е – когнитивная и организационная эргономика.

К концу XX века выделились 3 главных направления внутри эргономики:

1. Эргономика физической среды, рассматривающая вопросы, связанные с анатомическими, антропометрическими, физиологическими и биомеханическими характеристиками человека, имеющими отношение к физическому труду. Наиболее актуальные проблемы включают рабочую позу, обработку материалов, расстройства опорно-двигательного аппарата, компоновку рабочего места, надежность и здоровье.

2. Когнитивная эргономика связана с психическими процессами, такими как, например, восприятие, память, принятие решений, поскольку они оказывают влияние на взаимодействие между человеком и другими элементами системы. Соответствующие проблемы включают умственный труд, принятие решений, квалифицированное выполнение, взаимодействие человека и компьютера, акцент делается на подготовке и непрерывном обучении человека при проектировании социо-технической системы.

3. Организационная эргономика рассматривает вопросы, связанные с оптимизацией социо-технических систем, включая их организационные структуры и процессы управления. Проблемы включают рассмотрение системы связей между индивидуумами, управление групповыми ресурсами, разработку проектов, кооперацию, групповую работу и управление.

Проектированию подлежат не только изделия, но и сам процесс труда как таковой, структура труда, структура производственных коллективов и их взаимодействия. Причем, подготовка и непрерывная переподготовка специалистов становятся элементом производственного процесса, а потому также подлежат проектированию. Очевидно, что старые методы дизайна как художественного конструирования в этих случаях уже неэффективны либо вообще «не работают».

Дизайн – комплексная научно-практическая деятельность по формированию гармоничной, эстетически полноценной среды жизнедеятельности человека и разработке объектов материальной культуры. По

целям и методам воздействия, с определенной степенью условности, дизайн можно сопоставить с формой проектируемого объекта, а эргономику – с его содержанием.

Эргодизайн – подобласть эргономики.

Традиционно дизайн опирается на субъективное, иррациональное, а эргономика – на измеримое, рациональное. Впервые термин «эргодизайн» (ergonomic design) появился в процессе революционного изменения организации проектирования в конце 70-х гг. в компании «Ксерокс», когда только создание единой «команды» из 25 дизайнеров и 25 эргономистов позволило создать действительно конкурентоспособное изделие и вновь вернуться компании на вершину экономического успеха после нескольких лет катастрофических неудач на рынке.

В тот же исторический период (1979 г.) произошла серьезная авария на атомной электростанции в США (Three Mile Island), анализ причин которой впервые высветил проблему учета требований эргономики при проектировании сложных технологических объектов.

С начала 80-х гг. количество научных публикаций по проблеме эргономического дизайна постоянно росло и достигло максимума в 1993 г., когда состоялась международная эргономическая конференция Design for Everyone. С тех пор количество публикаций на эту тему снизившись, остается примерно постоянным.

Но с середины 90-х гг. в развивающихся странах наблюдается рост числа научных и проектных учреждений (институтов) дизайна, в которых эргономические подразделения играют ведущую роль.

В этом отношении опыт стран бывшего СССР имеет большое значение. Вся эргономика с 50-х гг. была подчинена дизайну, то есть была изначально ориентирована на использование теоретических и практических разработок в дизайнерской деятельности.

Новое десятилетие изменило характер и рынок продукции, где главным товаром стали информационные технологии, к проектированию которых дизайн подошел лишь в конце 90-х г. Особенно необходимо это учитывать в связи с тенденцией к дальнейшему сокращению доли населения, занятого в сфере нематериального производства, что характерно для всех промышленно развитых стран (уже сегодня в странах ЕЭС, США и Японии эта доля не превышает 25 – 30 %). Учитывая исторически сложившуюся ориентацию производительных сил Украины на обслуживание военно-промышленного комплекса и сельскохозяйственного производства в интересах всего бывшего СССР, эти задачи могут быть решены лишь на основе всестороннего учета проблем жизнеобеспечения человека с привлечением специалистов-эргономистов. С другой стороны, эргономика накопила достаточно знаний и методов, чтобы выделить данную проблему в особую подобласть – эргодизайн. Сегодня эргодизайн понимается как «комплексная научно-практическая деятельность по формированию среды жизнедеятельности человека и ее элементов, реализующая требования и рекомендации эргономики и дизайна».

Эргодизайн и человеческий опыт эргодизайна могут служить, с одной стороны, базирование на достижениях психофизиологии, например, цвета (эргономика цветового восприятия и достижения технической эстетики в области проектирования цветовой среды) и запаха (ароматоэргономика и фитодизайн). С другой стороны, современные (пока еще не признанные массово) достижения физики вакуума и, в частности, разработки вопросов торсионных полей, связанных с формой объектов.

Накопленные наукой и практикой факты позволяют предположить, что предметом эргодизайна как научного направления может стать динамическая топология и геометрия предметной среды жизнедеятельности человека.

8.4 Создание сценария дизайн-проекта

Взаимоотношения человека с предметным миром не ограничиваются только простым любованием эстетическими достоинствами объектов. Важно, чтобы окружающие нас предметы были не только красивыми и приятно выглядящими эстетически, но и удобными, комфортными в использовании, соответствующими его физиологическим и анатомическим особенностям. Поэтому область дизайна сегодня тесно переплетается с эргономикой – комплексно-прикладной наукой, рассматривающей человека в данных условиях его деятельности и повседневной жизни.

Эргономика нацелена на то, чтобы в отношениях с окружающими объектами мы сохраняли хорошее здоровье, снижалась бы наша утомляемость, повышалось настроение, эффективность труда или отдыха. Сегодня эргономика стала одной из значимых составляющих промышленного, предметного и интерьерного дизайна.

Эргономика в дословном переводе с греческого означает «закон работы» (ergon – это работа, а nomos – закон). Под этим понятием понимают целую область знаний, исследующую деятельность человека в своеобразной системе «человек – оборудование (техника) – окружающая среда» для достижения большей эффективности труда. Тут специалисты по эргономике изучают такие вопросы, как движения тела человека в процессе трудовой деятельности, определение энергетических затрат и производительности в различных условиях.

В более широком понимании эргономика означает научное направление, которое исследует разнообразные объекты, находящиеся в тесном контакте с человеком в его повседневной жизни, то есть как на рабочем месте, так и в быту. В ее основе лежат научные результаты множества дисциплин и направлений, в том числе физиологии, психологии, биомеханики, антропометрии, медицины, гигиены труда и социологии.

Еще в первобытные времена вопросы удобства и эргономики играли для человека важную роль. Первобытные люди старались подбирать под форму

своей руки подходящий камень, обрабатывали его и приделывали к нему рукоять для пущего удобства и безопасности в использовании. Затем это орудие применялось для добычи пищи, охоты или защиты. Человек уже в древности старался соизмерять создаваемые им предметы со своими физиологическими возможностями, чтобы сделать их не только эстетически приятными, но и максимально удобными. Археологические раскопки сегодня предоставляют нам возможность восхититься, насколько продуманными были орудия труда, создаваемые первобытными людьми.

Впрочем, настоящий толчок к развитию эргономики был дан именно в начале XX столетия, когда возникли проблемы, связанные с внедрением в производство новой техники и технологических решений. Научно-технический прогресс спровоцировал рост травматизма на производстве, ухудшение настроения работников и другие проблемы, обеспечивших высокую текучесть кадров. Работникам нужно было приспосабливаться к производственной технике и рабочему пространству, что зачастую не гарантировало их безопасности и высокой эффективности производства. Поэтому вопросы эргономики стали выходить на первый план.

Эргономика учитывает удобство работы с устройством.

Специалисты по эргономике начали проектировать весь процесс рабочей деятельности таким образом, чтобы выполнение производственных задач было для человека максимально безопасным и удобным. Благодаря внедрению эргономического подхода стало проектироваться промышленное оборудование нового типа с предупредительными сигналами (сигнальные лампы и сирены), удобными размерами кнопок, ручек и рычажков.

Эргономика отталкивается от того, что человек должен легко находить, быстро отличать друг от друга разнообразные предметы (технику) и комфортно работать с ними. В 60-е годы прошлого века эргономика уже сформировалась как научная область знаний – в эти годы в различных странах мира начали появляться общества и ассоциации, специализирующие на вопросах эргономики.

К началу XXI века были определены три основных направления внутри данной дисциплины:

Эргономика, рассматривающая проблемы взаимоотношений человека с физической средой. В этой области изучаются вопросы, касающиеся антропометрических и физиологических особенностей человека, которые имеют непосредственное отношение к его повседневной жизни или физическому труду.

Когнитивная эргономика. Эта область связана с психологией восприятия, в частности, как зрительное или иное восприятие влияет на принятие решений, отношения между человеком и другими объектами окружающей среды.

Направление эргономики, изучающая взаимосвязь человека, групп людей с техникой для обеспечения наилучших условий труда. Такая организационная эргономика также рассматривает вопросы обеспечения связей между отдельными людьми, их совместной кооперации и управления.

Основной задачей эргономики как научной дисциплины стала разработка подходящей формы предметов, которые были бы по-настоящему удобными и безопасными для человека в пользовании. Эргономика призвана повысить трудовую эффективность человека путем улучшения условий труда.

Постепенно область применения эргономики перешла из трудовой деятельности в нашу обычную повседневную жизнь. Сегодня эргономика в тесном переплетении с дизайном используется во многих областях. Основной задачей этой научной дисциплины стала разработка подходящей формы предметов, которые были бы по-настоящему удобными и безопасными для человека в пользовании. Эргономика призвана повысить трудовую эффективность человека путем улучшения условий труда. Вопросы эргономики также учитываются дизайнерами при проектировании бытовых предметов и при оформлении интерьеров.

Вопросы эргономики в сфере дизайна

Где бы ни находился человек, на работе или дома, он всегда хочет пользоваться изделиями, отличающихся удобством и безопасностью. И дизайн, и эргономика оказывают влияние на удовольствие от пользования тем или иным предметом, поэтому не удивительно, что эти два отдельных направления органично перетекают друг в друга. В различных отраслях промышленности в настоящий момент профессиональные дизайнеры сотрудничают со специалистами по эргономике, которые предоставляют различные данные о физиологических и биомеханических особенностях человека, участвуют в разработке и испытаниях изделий.

Исходя из психологических, гигиенических и прочих нормативов, разрабатываются соответствующие требования к новым предметам или технике, чтобы они, в конечном счете, оказались удобными и комфортными в пользовании. Например, зубная щетка, изогнутая таким образом, чтобы ее щетка доставала до задней поверхности зубов, цифровой зеркальный фотоаппарат, который комфортно держать в руках или производственное оборудование, обеспечивающее высокий уровень безопасности. Комфорт, превосходная функциональность и привлекательный внешний вид – все эти требования к создаваемым предметам могут быть обеспечены только грамотным сочетанием эргономики и дизайна.

Эргономика рассматривает все вопросы, связанные с составляющими рабочего пространства.

Одно из основных понятий, которыми оперирует эргономика – это анатомические особенности человека. Анатомические факторы широко используются в дизайне. Задача дизайнера заключается в том, чтобы обеспечить адаптацию создаваемых изделий к конкретному человеку, чтобы последнему было удобно и комфортно ими пользоваться.

В частности, при проектировании обычного стула дизайнерами рассматривается вопрос того, как высоко от сидения должна размещаться изогнутая спинка, чтобы спина человека могла комфортно опереться на нее. Для ответа на этот немаловажный вопрос специалисты обращаются к

эргономике, в которой уже давно существует такое понятие, как Линия Акерблома. Это средняя величина, определяющая, в каком месте наш позвоночник имеет в поясничном отделе соответствующий изгиб вовнутрь (примерно 23 см). Опору позвоночнику необходимо предусмотреть именно на этом расстоянии от сидения стула.

Нужно отметить, что в эргономике довольно часто применяются специальные плоские манекены, которые воспроизводят пропорции тела человека. На основе этих данных дизайнеры впоследствии проектируют новое изделие, либо оформляют рабочее пространство, которые бы подходило большинству людей по эргономическим параметрам. Плюс к этому, конечно, применяется компьютерный анализ и различные современные программные возможности, а также довольно простые инструменты вроде контрольных опросов или листков, посредством которых собираются данные о том, что так или иначе связано с различными факторами в повседневной или трудовой деятельности человека, включая уровень комфорта и безопасность.

Применение эргономических принципов в дизайне получило большое распространение при разработке мебели, в оформлении интерьеров жилых, офисных и производственных помещений. Эргономика рассматривает все вопросы, связанные с составляющими рабочего пространства или жилой зоны, начиная от обычной компьютерной мыши и заканчивая подходящим температурным режимом. В помещении, оформленном по законам эргономики, человек действует практически интуитивно – он без особого труда может найти выключатель на стене, цветовое решение интерьеров и освещение создают нужное настроение, вдохновляющее или, наоборот, успокаивающее.

Например, при разработке дизайна мебели и создания пространства для зоны отдыха дизайнеры отталкиваются от антропометрии человека, который сидит в расслабленной, спокойной позе. Обязательно учитывается и уровень наклона сидения для того, обеспечить удобство вставания с кресла или стула. В разнообразных зонах отдыха нередко устанавливаются угловые диваны, причем правила эргономики требуют от дизайнера такого расположения мебели, чтобы человек, сидящий на таком диване, мог свободно расположить свои ноги и при этом не мешать окружающим людям.

В жилых помещениях, связанных со сном, в частности в спальне, мебель выбирается и размещается исходя из размеров спящего, лежащего человека. Здесь факторы эргономики запрещают размещение дивана его протяженной стороной вдоль наружной стены помещения или изголовья дивана в несколько затесненном пространстве.

Согласно правилам эргономики, элементы управления размещаются на доступном расстоянии, чтобы пилот мог свободно ими пользоваться, не прибегая к лишним усилиям.

Особенное внимание уделяется вопросам эргономики при организации и оформлении пространства для работы. Дизайнерам по интерьеру приходится отталкиваться от анатомических особенностей человека, который сидит за своим рабочим столом. Например, при проектировании зоны за рабочим

компьютером эргономика акцентирует внимание, прежде всего, на длине голени человека, поскольку именно она указывает на оптимальную высоту его кресла или стула. Эргономика рабочей зоны предусматривает и то, что высота, площадь и наклон рабочего стола определяются типом выполняемой сотрудником работы.

Все нужные в трудовой деятельности предметы, согласно правилам эргономики, размещаются на доступном расстоянии от стола, чтобы человек мог свободно ими пользоваться, не прибегая к лишним усилиям. Эргономика также требует повышенного внимания дизайнера к организации освещения. Освещение не должно носить интенсивный и слишком яркий характер, чтобы не слеплять или излишне не раздражать глаза человека. Оно должно способствовать комфортной работе и положительному настроению человека.

Итак, эргономика в настоящее время играет значимую роль в промышленном и предметном дизайне, при создании бытовых изделий и проектировании офисного оборудования, а также при оформлении интерьеров и планировке помещений. Это сложная дисциплина, которая в той или иной степени влияет на все вопросы, касающиеся области деятельности профессионального дизайнера.

Основные структурные элементы эргономики – это теория, методология и научные знания о предмете исследования. Наряду с этими элементами, формирующими общенаучные основы эргономики как науки, важным звеном ее практического функционирования и развития служит блок оперативных средств и методов эргономического исследования, определяющий специфику эргономики в качестве прикладной научной дисциплины.

Блок оперативных средств и методов охватывает три важнейших направления эргономических исследований объекта «человек – предмет – среда»: анализ, синтез (моделирование) и оценка объекта.

Результаты эргономического исследования – научно и экспериментально обоснованные данные, необходимые для проектной разработки системы.

Процесс проектирования системы с самого начала должен быть ориентирован на формирование ее (системы) эргономических свойств как на одну из важнейших целей, достигаемых в процессе эргономического обеспечения проектирования.

Весь процесс эргономического сопровождения (обеспечения) проектирования можно представить в виде следующих этапов:

- анализ деятельности человека с исследованием факторов ее протекания;
- разработка эргономических требований и показателей, а также рекомендаций по их учету;
- формирование эргономических свойств проектируемой техники (изделия) и среды;
- заключительный этап – оценка полноты и правильности реализации эргономических требований (эргономическая оценка и аттестация).

Эргономика органично связана с дизайном, одной из главных целей которого является формирование гармоничной предметной среды, отвечающей

материальным и духовным потребностям человека. При этом отрабатываются не только свойства внешнего вида предметов, но, главным образом, их структурные связи, которые придают системе функциональное и композиционное единство (с точки зрения как изготовителя, так и потребителя). Именно последнее обстоятельство позволяет рассматривать эргономику как естественнонаучную основу дизайна. В практическом плане учет человеческих факторов – неотъемлемая часть процесса дизайнерского проектирования.

ЭТАПЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА

Процесс работы над интерьером всегда несет в себе много нового и интересного, ведь предстоит решить столько задач, найти простые ответы на сложные вопросы, увязать воедино разнообразные требования и запросы. Рассмотрим все этапы дизайн-проекта.

Часто первые встречи людей, которые потом становятся закадычными друзьями, запоминаются им на всю жизнь. Работа над проектом тоже начинается с первой встречи, со знакомства. Впоследствии это знакомство будет задавать тон всего рабочего процесса, станет залогом создания удачного проекта и успешной реализации задуманного.

Первый этап дизайн-проекта выглядит очень просто – дизайнер должен составить довольно точное представление о том, каким должен стать интерьер. При работе над квартирой или домом он должен понять уклад жизни семьи, вкусы ее членов, привычки, увлечения. Поэтому, чем подробнее вы расскажете о себе, тем больше вероятность «попадания в точку». Кроме того, желательно получить подробное техническое задание на работу, которое будет служить руководством для проектирования. Задание включает:

- информацию о количестве, предполагаемом размере и назначении помещений;
- информацию о необходимом оборудовании;
- информацию о стилистическом направлении дизайна.

Для общественных интерьеров на 1-м этапе дизайн-проекта тоже требуется четкая формулировка задачи, здесь техническое задание обычно более сложное, оно содержит сведения о:

- предназначении помещений, их размере и количестве;
- для офисов предполагаемое количество сотрудников и гостей, структура компании, требования по размещению отделов, приемных, переговорных и т. д.;
- для магазинов, ресторанов, гостиниц – целевая аудитория, возраст, финансовое положение и предпочтения посетителей или клиентуры компаний (например, магазин для тинейджеров, приемная для Vip-персон, ресторан для среднего класса);
- стилистическое направление дизайна;
- оборудование.

Имея всю необходимую информацию, дизайнер приступает к работе, ее итогом и завершением 1-го этапа дизайн-проекта становятся

несколько концептуальных предложений по планировочным решениям и стилистике объекта.

Второй этап дизайн-проекта. Теперь начинается второй этап дизайн-проекта – период совместного творчества: предложения обсуждаются, в ходе встреч начинает формироваться определенное направление, которое и станет основой проекта. Понравившиеся концепции прорабатываются более тщательно, в это время уже начинает складываться ощущение интерьера, его образ, уже чувствуешь его настроение, вещи, цвета, которые станут для него своими. Поэтому уже можно предложить заказчику примеры мебели, основных материалов и светильников, показать первые эскизы.

Результатом этого этапа дизайн проекта становится **четкое осознание** будущего интерьера у обеих сторон, и **утвержденное планировочное решение**.

Третий этап дизайн-проекта. На третьем этапе дизайн проекта начинается непосредственная работа над принятой концепцией – проектирование интерьера. В этот период дизайнеру и заказчику предстоит одно из самых интересных занятий – выбор всех предметов интерьера, мебели, светильников, обоев, плитки, штор и др.

При создании проекта досконально прорабатываются все помещения, расставляется вся мебель, привязывается оборудование, размещаются светильники, выбираются все отделочные материалы. Самое главное в этой работе учесть функциональность, сделать каждый уголок дома или офиса удобным и уютным.

Проект включает в себя планы, эскизы, основные развертки, карты подборки материалов, цветовые решения. Когда дизайн проект готов, можно выполнить и 3D-картинки.

Параллельно с этим этапом дизайн проекта, начинается работа над рабочими чертежами, которые потом попадут в руки строителей, например, плиточник получит развертки стен с размещением плитки. Пакет чертежей может включать план помещений с размещением мебели и оборудования, план перегородок, план полов, потолков с размещением светильников, развертки стен, разрезы, схему размещения сантехники, силовых и слаботочных розеток. В это время к работе подключаются подрядчики, они тоже составляют свои инженерные проекты: вентиляции и кондиционирования, водоснабжения и канализации, отопления, электрики, умного дома, встроенного пылесоса, интернета, телефонии и т. д. Кроме того, если нужно, готовятся альбомы на согласование.

Четвертый этап дизайн-проекта – авторский надзор – когда проект готов и принят, работа дизайнера формально завершена. Но в реальности в ходе строительных работ возникает очень много вопросов, нужно уточнять неясные моменты, принимать решения в случаях, когда осуществить задуманное полностью не удастся. Поэтому можно договориться об обеспечении авторского надзора. Надзор – это контроль за реализацией идей автора и поддержка, которая помогает оперативно решать возникающие в ходе отделки

проблемы. Кроме того, он включает отслеживание поставок мебели, светильников, оборудования, приемку сборки или монтажа.

В процессе авторского надзора ведется журнал, в который вносятся все замечания и пожелания дизайнера.

8.5 Понятие функциональности в проектировке дизайнерских объектов

В английском языке слово design обозначает – проектировать, конструировать – то есть любое проектирование, процесс создания новых предметов, инструментов, оборудования, формирование предметной среды. Дизайн – новый вид художественно-конструкторской профессиональной деятельности, возникшей в XX в. Его цель создание целостной эстетической среды жизни человека. Проектирование предметов, в которых форма соответствует их назначению, функциональна, экономична, удобна и при этом еще и красива.

Особенность дизайна заключается в том, что каждая вещь рассматривается не только с точки зрения пользы и красоты, но и с точки зрения процесса функционирования, то есть с учетом того, как предмет будет транспортироваться, как упаковываться, где и какое место будет занимать в квартире, какого требовать ухода, как включаться и т. д. Комплексный системный подход к проектированию каждого изделия – смысл дизайна. Так как дизайн имеет дело с предметами, выпускаемыми промышленностью массовыми тиражами, то они должны удовлетворять вкусам многих людей. Объекты дизайна отображают собой уровень технического прогресса и социального устройства общества. Если проследить, как выглядели швейные или пишущие машинки в начале века и сегодня, или рассмотреть, как изменялась форма чайника в течение последних восьмидесяти лет, то безошибочно можно определить, к какому времени относится каждый из этих предметов.

Дизайн играет важную роль в продуктах промышленного творчества. Области дизайна – это бытовые приборы, посуда, мебель, станки, транспортные средства, графика, одежда и другое

Дизайнер ищет оптимальную форму каждого элемента, учитывать, как она зависит от рабочей функции (назначения) изделия и связей с человеком.

Можно привести множество примеров, представляющих необходимость учитывать пропорции человека, размеры его руки (эргономические требования) в процессе проектирования кнопок, стульев, пультов управления, клавиш приборов, формы ручки у чашки и др.

Изобразительные средства дизайна являются общими для пластических искусств: точка, линия, фактура, текстура, цвет, форма, объем, пропорция, масса и пространство. Эти составляющие комбинируются на основе принципов

композиции: симметрии, асимметрии, равновесия, ритма, движения и т. д. В дизайне имеет широкое применение и такие средства, как пропорция золотого сечения. Гармония и контрастность как универсальные средства искусства являются системообразующими и в дизайне. Особенно важно для художественного проектирования учитывать зависимость формы объекта от используемых материалов, конструкций и технологии производства. В современном промышленном производстве используются материалы, которые можно объединить в следующие группы: древесина, металл, стекло, текстиль, пластические материалы и новейшие синтетические материалы.

В формировании мебели, в частности, в последнее время существенную роль сыграло применение новых материалов и конструкций. Столы и стулья, в которых металл используется в качестве основного материала для конструкций, отличаются менее свободной пространственной организацией, возможностью сложных преобразований и удобной компоновкой при складывании.

Художественное проектирование среды – не просто создание вещей, придавая определенные функциональные и эстетические свойства, особенности вещам и предметной среде, художник формирует или, можно сказать, «проектирует» человека, который будет пользоваться этими вещами и жить в этой среде. Отсюда следует значимая воспитательная функция дизайна, его культурная и социальная роль в жизни общества.

Сущность дизайна безгранична. Он открывает свободные возможности материализации эстетических идей, новые горизонты красоты и величия человека.

Дизайн – это уникальное по своей природе явление – востребовал множество естественных качеств человека – ценности эстетики, этики, уважения и заботы о людях. Кроме того, он попросту прибылен, так как, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары. Важно лишь, чтобы это был не суррогатный дизайн, а истинный, подлинный дизайн.

Продукт дизайна оказывает положительное влияние на общую социальную атмосферу, он формирует эстетический вкус, вдохновляет людей, поднимает их работоспособность, создаёт условия для эффективной творческой деятельности, повышает уважение к непосредственной среде людского существования, делает ее более человечной. Создаваемая продукция – результат технической, научной и дизайнерской мысли. Это изначально должно ориентировать производство на сотрудничество с дизайнерами.

Дизайн это не только графическая и декоративная деятельность, во многих сферах управления и хозяйства, особенно там, где ведутся научно-исследовательские работы, специалисты – инженеры, конструкторы, технологи – постоянно сталкиваются с необходимостью рисовать. Умение рисовать и связанная с ним способность чувствовать гармонию мира раскрывают новые возможности восприятия мира и применения получаемых результатов в различных областях деятельности.

Дизайнер, как и каждый человек, имеющий навыки рисования, способен находить в природе идеи для своих замыслов. Профессионального дизайнера отличает развитое воображение, которое связывает мысль и фантазию, что даёт ему возможность дарить людям красивое и одновременно функциональное.

В сфере проектирования изобразительная грамотность имеет первостепенное значение. Здесь у дизайнера проявляется подлинная забота о человеке; он ориентируется на эстетическое освоение изделия. Дизайнер учитывает многие сущностные возможности как человека, так и проектируемого изделия. Преобладание технических ценностей в проектной сфере в результате ведёт к тому, что ущемляются и подавляются сущностные силы человека, не только снижается его трудовой потенциал, но и умаляется его достоинство.

Дизайн – это особый продукт специфического, абстрактного и вместе с тем образного мышления. Оно создается и на основе фундаментальных знаний: философии, эстетики, антропологии, основ изобразительной грамотности, психологии. Оно предполагает изучение техники, технологии, эргономики, экологии и системного проектирования и др.

На этапе замысла эти знания не только взаимодействуют и переплетаются, но и трансформируются в интуицию, дающую возможность подняться на более высокую ступень понимания стоящей проблемы и позволяющей совершить открытие или изобретение. Дизайнерская деятельность проходит на стыке материальной и духовной сфер. Всё это говорит о практически безграничном разнообразии интересов и возможностей дизайна. А. Розенблум отмечает: «Быть "возбудителем беспокойства" в обществе – значит для дизайнера постоянно выходить за границы сложившихся стереотипов, ломать их, творить новые оригинальные формы, предощущать в будничной прозе сегодняшнего дня тенденции завтрашнего». Как «возбудитель беспокойства» дизайнер призван избавлять человека от давления закостеневающей и потому давящей предметной среды, опираясь на просыпающуюся жажду раскрепощения».

Профессиональная деятельность дизайнера, как развивающаяся на социальной почве, так и опирающаяся на естественные качества человека (эстетические, эмоциональные и интеллектуальные) установила роль и место дизайна в общественной жизни. Смысл дизайна – стать уникальным, мощным и эффективным средством воздействия эстетической и облагороженной активности общества.

Таким образом, дизайн – достаточно специфичная и значимая сфера деятельности людей, которая по природе своей так же гуманистична, как, скажем, образование, наука, здравоохранение. Функции дизайна – не только создание соответствующих продуктов, но и консультативные, методические и координационные, дизайн – это особая отрасль жизнедеятельности людей. Она, как и другие отрасли, должна осуществлять методическое руководство и координацию проектных работ в отраслевых хозяйствах страны, входить в систему образования и воспитания.

В связи с индустриализацией мира, расширением информационного поля культуры изменяется не только предметно-пространственная среда человеческого окружения, но и ценностные и эстетические параметры ее функционирования. Обострились проблемы, отражающиеся на среде обитания человека, связанные с нарастанием экологического кризиса, увеличением техногенных катастроф, и уменьшения естественного ландшафта, способствующего стабилизации поведенческих реакций человека, его психологического комфорта и т. д. Но, между тем, открылись новые возможности в совершенствовании информации и набирающей темпы межкультурной интеграции, позволяющих расширить возможности трансформации жизненного пространства, нахождения более адекватных способов приспособления человека в неблагоприятных условиях. Отсюда особое внимание современный человек обращает на ту форму обустройства своей жизнедеятельности, которая получила название «дизайн», он является, по сути дела, тем пространством, в котором человек может реализовать свою потребность в гармонизации среды своего обитания на локально-замкнутых территориях, в экологически загрязненных районах. В этой связи возникла необходимость изучать дизайн как сложное сочетание процесса и результата одновременно.

В последние годы вопрос о сущности дизайна и его роли в современной культуре все больше занимает не только дизайнеров-практиков, но и отечественных социологов, культурологов и т. д. Дизайн, выступая выражением проектной культуры общества, акцентирует процесс изменения эстетических критериев и совершенствования промышленной формы.

Функции, структура, место, роль дизайна, а также его эволюция, недостаточно изучены в философской и культурологической литературе, в которой обращение к этим темам носит лишь частичный характер. На сегодняшний день отсутствует даже общепринятое определение явления «дизайн». А, между тем, этот феномен вызывает повышенный практический и теоретический интерес в нашем обществе.

Поскольку теоретическое осознание феномена «дизайн» обществом начато недавно, а существующие теории дизайна еще не систематизированы, возникают трудности создания общей теории дизайна, обращение к проблеме места и роли дизайна в культуре актуально и имеет теоретико-методологическое значение.

Кроме того, необходимость анализа феномена мирового дизайна в культурологии вызвана важностью осмысления переломного момента в практике российского дизайна, связанного с выходом отечественного дизайна в сферу рыночной экономики.

Дизайн как проектная деятельность особого рода имеет определенную спецификацию, проявляющуюся в доминировании эстетически представленной практической функции. Специфика деятельности дизайнера может быть философски проинтерпретирована как единство материальной, формальной, целевой и движущей причин. В результате промышленной революции новой

формой тиражирования эстетического в массовой производственной практике становится дизайн. Цель дизайн-проекта – соотношение красоты и пользы, причина – снижение эстетического уровня в процессе массового производства и потребления, форма – стилизация эстетического, материал – фактура вещества, отвечающая нормам и требованиям стилизации.

В обществе потребления характерной чертой дизайна является многообразие видов соотношения пользы и красоты от стайлинга (приоритет модной формы) до функционализма (приоритет назначения вещи), что обусловлено в конечном итоге грубой практической потребностью сбыта вещей в рыночных условиях. Если дизайн XIX – начала XX в., переплетаясь с декоративным искусством и архитектурой, воплощал в себя большие стили, то в начале XX в. проектная деятельность как разновидность функционализма обособилась в процессе производства полезных типовых вещей. В дальнейшем с середины XX в. возникла тенденция преодоления стереотипов в виде разрозненного коллажа различных стилей. Усиление роли современного дизайна связано с нарастанием глобальных проблем, а его задачи зависят от решения экологических, эстетических и гуманистических проблем культуры.

Специфика формирования российского дизайна в определенной степени зависела от идеологии, что обусловило высокую роль дизайнерских разработок в деле агитационно-массовой работы. Культурными предпосылками российского дизайна стали: промышленная революция XIX века, создавшая массовое производство; процесс популяризации технических достижений (Всероссийские промышленные выставки); идеология Пролетарского культа и концепция «производственного искусства». К эстетическим особенностям российского дизайна относятся: особенности стилистики русского авангарда; создание концепций проектной культуры представителями конструктивизма; влияние культуры Серебряного века на эстетические работы художников левого направления. Поэтому промышленного искусства Запада, особенностью российского проектирования стало формирование идеологически ориентированного дизайна.

Многозначность термина «дизайн» требует объяснения этого понятия. Если в средствах массовой информации под дизайном, как правило, понимается, внешний облик вещей, интерьера и полиграфической продукции, то на уровне теории дизайн – это или внешний облик вещи (форма вещи), или процесс ее мысленного создания – проектирование. Теперь, когда забыты корни термина «дизайн» и он оброс новыми понятиями, обозначая самые различные, часто противоположные явления и поскольку различными специалистами дизайн понимается по-разному, как:

- внешний облик изделий;
- вещь целиком, включая все функции; процесс ее проектирования; организационная деятельность;
- сфера деятельности, включающая теорию, практику, продукты и службу, особый способ мышления;
- мировоззрение и функциональность.

В интересах исследования необходимо определить смысл термина «дизайн», и выяснить задачи дизайна, что предполагает обращение к качественно новой степени исследования – философскому, а также к теории культуры, деятельности и социальной философии. Очевидность ценности такого анализа заключается в рассмотрении исторических интерпретаций дизайна, вполне закономерно проясняющих его происхождение и сущность.

Понятие «дизайн» как вид деятельности стало популярным в конце XIX века. Слово «дизайн» появилось впервые в Европе и в переводе с итальянского значит рожденная у художника и внушенная Богом идея концепция создания произведения искусства. В Оксфордском словаре можно найти свою интерпретацию этого слова: «Задуманный человеком план или схема чего-то, что будет реализовано, первый набросок будущего произведения искусства». Заметим, что эволюция содержания понятия «дизайн» со всей очевидностью демонстрирует качественно новые смысловые и методологические определения, с различными задачами.

Сегодня термин «дизайн» принято использовать для характеристики процесса художественно-технического проектирования, а также для определения результатов этого процесса – проектов и уже осуществленных проектов. Важно отметить тот факт, что место дизайна, его роль и назначение в производственно-экономической, а также в культурной сферах общества четко не определены. Исследователи этого феномена, философы, искусствоведы, педагоги часто расходятся во взглядах и суждениях по поводу целей и задач дизайна. Тем не менее, существует определенный опыт в теории дизайна, согласно определению, принятому на Международном семинаре дизайнеров в Брюгге, «дизайн – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных свойств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние признаки изделий, но главным образом структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и изготовителя».

В русском языке слово «дизайн» употребляется для обозначения весьма широкого круга явлений. Оно включает в себя проектирование изделий и предметных комплексов. При этом имеются в виду различные по функциональному признаку изделий, они могут быть и практические и художественные.

Н. Воронов – один из идеологов отечественного дизайна выводит дизайн за пределы предметной среды и деятельности, говорит: «Дизайн возможен в любой области. Если говорить о дизайне в целом – это особый способ..., это своеобразная комбинаторная направленность мышления, а не область деятельности...».

История элементов такого дизайна, по его мнению, начинается в первобытности, а поле деятельности распространения почти бесконечна. Также нужно сказать, что, по его мнению, дизайном определяется уровень не только промышленного проектирования, но и национальной самобытности. Необходимо отметить, что, несмотря на всевозможные суждения о дизайне,

этот вид деятельности постоянно развивался, одновременно меняя свои цели и задачи. Также важен и тот факт, что вопрос об отношении дизайна с искусством, или его противопоставление искусству был всегда, поскольку возникновение современного понятия «дизайн» исторически связано с развитием машинного производства, а конструирование представляет собой украшение вещей. Проанализировав мнения идеологов производственного искусства, можно заметить, что они перекликались с идеями Платона.

В этой связи возникла проблема стирания грани между искусством и инженерным конструированием. Желание заменить понятие композиции конструкцией, навеяно влиянием техники. Феномен техники в его современном значении появился в прошлом веке, а философское значение он приобрел только в конце этого столетия. В ходе промышленной революции произошла замена ручного труда механическим, с последующим формированием индустриального дизайна. Промышленная революция оказала огромное воздействие на удовлетворение спроса на товары. В 60-е гг. одновременно с усилением ретроспективных тенденций возникли новые концепции в дизайне, которые сформировались к 70-м гг., системный подход к художественной культуре и проектной деятельности. Несколько позднее, в 1984 году, появились и системные определения дизайна, что подтверждает его неоднозначность.

Исследование сущности явления, начиная с двадцатых годов, в России определялось термином «промышленное искусство», «художественное проектирование», «художественное конструирование», а в настоящее время его принято называть «дизайн», не утратило своей актуальности и в наши дни. Научные дискуссии в нашей стране и за рубежом позволяют обобщить знания о природе дизайна, направить движение исследований от прикладного к философскому.

Спектр российских терминов 60–80-х гг. «художественное конструирование» и «художественное проектирование» более ограничен и конкретен. Если рассматривать дизайн как создание изделий, совмещающих художественный язык и утилитарную пользу, его история возникает с прикладного искусства. Термин «дизайн» является характеристикой процесса художественного или художественно-технического проектирования, а результатом этого процесса – эскизы, макеты, наброски и другие визуальные материалы, а также изделия, средовые объекты, полиграфическая продукция и т. д.

В русском языке слово «дизайн» являлось синонимом английского выражения – «промышленное проектирование» и до 80-х гг. XX века, дизайн определялся как художественное конструирование или особый способ проектирования которым занимались инженеры – художники по конструированию внутреннего оборудования помещений и транспортных средств. Именно там и создавались проекты художников и инженеров – конструкторов, обеспечивающих разработку эскизов и макетов для дальнейшего введения их в производство, или оформления промышленных помещений. В их проблемы также входило и то, что называется ландшафтным

дизайном, поскольку приходилось менять облик прилегающей к предприятию территории, а также конструировать всевозможные стеллы, небольшие архитектурные формы, создавать уголки отдыха рабочих. Инженеры-конструкторы, работающие в таких бюро, должны были обладать художественным образованием, и это правило строго соблюдалось при приеме на работу, что определяло их право на творческую деятельность. Очень важно было знать и соблюдать законы эргономики, так как стенды, панно и другие информационные модули предполагали удобство и возможность читать с любой точки своего расположения всевозможную располагаемую в цехах и производственных помещениях информацию.

Знание и умение правильно разместить и осветить под выгодным углом тот или другой объект давало право дизайнерам, (а именно так впоследствии стали квалифицировать инженеров-конструкторов и вместе с ними, действующих художников-конструкторов), а не архитекторам из городских организаций, претворять в жизнь свои мысли, оформлять и изменять облик предприятия. Так, в детских садах и школах, благодаря своим специалистам, предприятиям удавалось организовывать игровые пространства и оформлять интерьеры и экстерьеры.

Проведя сравнительный анализ появления дефиниции «дизайн», а вместе с тем и определения задач дизайна, необходимо подчеркнуть, что дизайн в послевоенные годы из США распространился по всему миру. Дизайн утвердился в Японии, где на нем отразилось не просто национальное, а более глубокое своеобразие. По мнению японских дизайнеров – «японский дизайн» – это уже почти не дизайн в американском значении этого слова, это иной вид проектирования для промышленности. Они говорят о синтоистских основаниях их деятельности, объясняя, что каждый созданный ими промышленный предмет – это не просто средство удовлетворения потребностей, но некое «живущее» в нем естественное божество, пользование которым предполагает ритуальную почтительность, как в чайной церемонии. Высшей целью его являлось духовное единение людей, где «состояние безмолвной беседы» происходило в продолжительном процессе любования цветами, садом и атрибутами церемонии.

Поклонение красоте во всех ее проявлениях главный элемент религии в Японии. Это наблюдалось в шелковых орнаментах XV века, уже тогда ремесленники владели разными способами нанесения рисунка на ткань: набивка, вышивка, разрисовка, что имело смысловую значимость и отождествлялось с природой – главным героем японского искусства. С середины XVII в. японские мастера, не изменяя своим традициям почитания природы, занялись изготовлением фарфора. Заимствованные у китайских и корейских мастеров декор и формы сосудов понемногу приобрели чисто японские черты: плавные линии, полихромные узоры. Дизайн в Японии всегда являлся связующим звеном между декором и природой.

Дизайн родился на рубеже XIX и XX вв., утвердился в середине XX в. как вид проектирования практических изделий массового производства. Явление,

которое в англоязычных, а после и в остальных странах обозначалось термином – индустриальный дизайн имеет смысловые корни от латинского «designare» – обозначать. Итальянское слово designo обозначало со времен ренессанса проекты, основополагающие идеи. В Англии представление design распространилось в XVI в. Профессор Лазарев разработал этимологию англоязычного понятия «дизайн», состоящую из четырех смысловых рядов. В первом ряду он отметил «декоративную» направленность: украшение, декор, орнамент, узор. Ко второму ряду, согласно системе Лазарева, относится «проектно-графическая» интерпретация: проект, чертеж, конструкция. Третьим рядом считается «предвосхищающее» представление: замысел, предположение, план. Четвертый ряд содержит в себе «драматический» компонент: идею, интригу, затею, умысел. Проанализировав этот довольно объемный спектр англоязычных значений, нужно заметить его социальную направленность и особое внимание к «человеческим факторам», что соответствует направлениям разновидностей проектной деятельности.

Англоязычные значения, тонко отображающие социальную направленность дизайна с его традициями и пониманием проблем социума, весьма соответствуют всем разновидностям проектной деятельности.

Но следует различать западный дизайн и дизайн российский, как сказал профессор Васильев: "Высокое значение дизайна признано во всём мире. Однако в России дизайн всё-таки кому-то мешает. Кому? По-видимому, консерваторам, равнодушным к человеку людям. Такие попадаются и в деловых кругах, и в среде муниципального и правительственного чиновничества. Задачи гармонизации человеческих, общественных и социоприродных связей для них безразличны. Их консервативность – это та бюрократическая тина, которая обволакивает любую новаторскую идею, мешая ей реализоваться. Причины трудностей системны. Мне хотелось бы поставить в укор Министерству образования и науки то, что работа по обучению детей рисованию поставлена слабо. Кажется, частный вопрос. Но не случайно об особой важности предмета рисования говорил ещё в XVIII в. французский мыслитель Дени Дидро: «Нация, которая научит детей рисовать так же, как читать и писать, – превзойдёт других в науке, в искусстве и ремесле».

Создание нашего государства оставило нам богатое творческое наследие. Созданные в давние годы эстетические ценности, при всей их спорности, останутся в истории нашей социальной культуры. Но для процветания нашей страны необходимо развивать социально-культурную сферу. В этой связи отечественный дизайн имеет наиболее важное значение.

8.6 Аналоговое и инновационное проектирование

Аналоговое проектирование (решение задачи):

- неопределенная ситуация сводится к определенной, имеющей известное решение;
- находятся аналоги, прототипы решения сходной задачи;
- проверяется возможность перенесения найденных решений на проектируемый объект;
- в проектном предложении минимально трансформируются знакомые решения сходной задачи;
- прототипический подход («мост»).

Инновационное проектирование (разрешение проблемы):

- определенная ситуация при расширении ее контекста (при включении в нее новых обстоятельств, точек зрения и т. п.) освобождается от готовых решений;
- ситуация становится неопределенной, открытой, обладающей широким спектром возможных разрешений;
- выбранное решение конкретизируется, проверяется его уместность и своевременность в данной социокультурной ситуации, рассматриваются практическая возможность воплощения, соответствие уровню развития технологий, допустимым финансовым затратам и т. д.;
- в проектном предложении содержится неожиданное и на первый взгляд парадоксальное разрешение проблемы;
- проблематизирующий подход («переправа»).

8.7 Особенность дизайнерского мышления

Не так давно появилось особое понятие – дизайн-мышление. Это методика, которая используется для создания инноваций и поиска оригинальных решений в разных сферах. Чаще всего, термин употребляют, говоря о разработке новых продуктов, но в действительности, область применения дизайн-мышления намного обширнее. Его можно использовать во всех случаях, когда необходимо решить какую-либо проблему, связанную с людьми, или скомбинировать знания из разных областей. Основным элементом методики дизайн-мышления – это проникновение в самую суть проблемы и внимательное наблюдение.

1. Эмпатия. В основе процесса дизайна, ориентированного на людей, лежит эмпатия, то есть способность представить себя на месте другого человека, умение сопереживать и сочувствовать. Долгое время продукт или услуга сначала создавались, а уже потом производители силами рекламистов и маркетологов пытались убедить потребителей, что они нуждаются в данном товаре. Сегодня такой подход считается устаревшим, и дизайн-мышление направлено как раз на то, чтобы проектировать продукты для тех, кто будет ими пользоваться. Режим эмпатии подразумевает и изучение поведения целевой аудитории: в контексте определенной задачи необходимо понять, что

важно для тех или иных потребителей, как они воспринимают мир, в чем нуждаются эмоционально и физически и почему ведут себя именно так.

В основе дизайна, ориентированного на людей, лежит эмпатия, то есть способность представить себя на месте другого человека, умение сопереживать и сочувствовать. Дизайн – это решение определенных проблем и задач, и они являются частью аудитории, для которой создается продукт. И чтобы проект стал успешным, дизайнерской группе важно проникнуться сопереживанием потенциальным потребителям, попытаться мыслить и чувствовать, как они. Наблюдение за людьми – отличный способ разработать то, что нужно этим людям. Успешный дизайн основан на глубоком понимании мировоззрения потребителей, а режим эмпатии позволяет взглянуть на задачу с их стороны. Что делает дизайнер в «фазе эмпатии»? Наблюдает, беседует, слушает и еще раз наблюдает.

Одним из самых эффективных инструментов дизайнера является составление карты эмпатии. Она помогает подвергнуть синтезу все полученные наблюдения и получить интересные, а иногда и неожиданные, инсайты (инсайт – это внезапное осознание проблемы, озарение, догадка). Для создания эмпатической карты доска делится на 4 части, каждая из которых наполняется заметками об особенностях пользователя. Сюда входят видео- и аудиоматериалы, записи, то есть вся информация, добытая в режиме эмпатии. Каждый квадрант доски отвечает на конкретный вопрос:

Что говорил пользователь?

Каково было его поведение?

Что человек мог думать?

Какие эмоции по отношению к определенной теме были замечены в процессе интервью и наблюдений?

С помощью ответов на эти вопросы определяются потребности пользователя. Его действия и желания очень важно выразить глаголом.

2. Фокусировка. Следующий этап процесса дизайн-мышления – фокусировка. В этом режиме выявляется четкая концепция проекта. Дизайнер собирает воедино все, что услышал и увидел, и старается составить из полученной информации цельную картину, в которой необходимо определить самое важное. На этапе фокусировки дизайнер делает выводы, опираясь на сведения, собранные в режиме эмпатии, и создает именно ту концепцию, которая будет реализована в проекте. Фокусировка – это глубокое осмысление того, что добыто в процессе наблюдений. Определив вызов, который бросает ему необходимость разработки конкретного проекта, дизайнер переходит к следующей стадии – генерации идей.

3. Генерация идей. Все действия этого этапа направлены на то, чтобы найти решения для того вызова, той задачи, которая была определена. В процессе генерации идей эмоции сочетаются с рациональностью, а сознание с подсознательными мыслями, ведь на данном этапе крайне важно сгенерировать весь спектр возможностей, а не придумать одну правильную идею. Для поиска идей дизайнеры используют мозговые штурмы, скетчи, составление

интеллектуальных карт или построение макета. Любой способ хорош, главное помнить, что генерация идей должна быть четко отделена от их оценки. Только при таком условии воображение может быть безграничным. Black-78

4. Создание прототипов. Этап, следующий за генерацией идей, – режим создания прототипов, подразумевающий разработку макетов, которые подводят к финальному решению. Прототип выражается различными средствами, например, при помощи сценария или ролевой игры.

Каждый член команды выбирает 3 идеи, которые ему больше всего по душе.

Команда называет по 1–2 идеи в каждой из 4 категорий: самая рациональная, самая невероятная, самая привлекательная и самая подходящая для пользователя.

Дизайнеры отбирают те идеи, которые им хочется попробовать в режиме прототипирования.

5. Тестирование. Создание прототипов протекает неотделимо от режима тестирования. Тестирование предлагает возможность получить больше сведений о пользовании и одновременно лучше узнать свое решение. Проектируя прототип, нужно постоянно думать о том, каким образом пользователи будут его тестировать. В процессе аудитория способна обеспечить дизайнера/команду ценной информацией о том, что и почему не нравится в предложенных решениях. На этапе тестирования дизайнер должен быть сфокусирован на том, что он еще не узнал о той проблеме, решение которой необходимо найти. Режим тестирования – прекрасная возможность усовершенствовать первоначальные идеи.

Нарисовать свои мысли (например, набросать рисунок того, как пользователь настраивается на работу, или изобразить свои мысли о том, как потратить деньги наилучшим способом).

Сыграть в игру с помощью предварительно сделанных карточек. Пользователь играет по правилам, которые придумал дизайнер, – и это помогает узнать его лучше.

Оказаться в смоделированной ситуации. К примеру, вы разрабатываете приложение, позволяющее школьникам учить уроки в дороге. Прокатите своего ребенка (или знакомого ученика) в автомобиле, и посмотрите: реально ли делать уроки в дороге, и если да, то каким образом.

Создавая прототипы и тестируя их, следует придерживаться рекомендаций, составленных стэндфордскими специалистами:

Начинайте создавать прототипы даже тогда, когда вы еще не имеете четких представлений о том, что делаете. Хватайте нужные материалы (бумагу, скотч, маркер) – и вперед! Даже процесс поиска этих самых материалов уже является началом действий.

Сконцентрируйтесь на мыслях о пользователе. Что бы вы хотели с ним протестировать? Какую реакцию ожидаете от него?

Не задерживайтесь подолгу на одном прототипе. Переходите к созданию следующего задолго до того, как этот покажется вам идеальным.

Одному прототипу соответствует один вопрос. Вся концепция должна быть разделена на части, каждой из которых будет соответствовать свой прототип.

Помните, что процесс тестирования цикличен: создание инноваций только начинается тогда, когда заканчивается ваше первое тестирование.

Когда идеальное решение найдено, необходимо его грамотно презентовать. Иначе о ваших уникальных разработках мало кто узнает. Тем, у кого публичные выступления вызывают приступы паники, помогут советы специалистов-практиков. А тем, кто хочет быстро и доходчиво объяснить суть своей идеи потенциальным покупателям, пригодится материал «Визуальная библиотека предпринимателя».

Методика, предложенная Стэнфордскими специалистами по дизайну, – только макет. В процессе работы каждый дизайнер может приспосабливать ее под свои нужды, работая так, как ему удобно. Главное правило: не заикливаться на процессах разработки и оставаться креативным.

Любое творческое мышление отличается от рутинного, и было бы несправедливо заявлять, что у дизайнеров все происходит совсем не так, как у других проектировщиков. По способу профессионального мышления дизайнер ближе всего, конечно, к архитектору, но тот дизайнер, который занимается проблемами городской среды, как раз зачастую и не находит общего языка с архитектором, получившим классическое образование (в следующей части книги мы попытаемся понять, отчего так происходит). Для производства любого промышленного изделия творческие способности столь же необходимы и конструктору, и инженеру, и технологу, и прочим специалистам, которые своим трудом создают тот же материальный объект.

И все же, не в обиду будет сказано представителям этих профессий, определенное отличие существует. Особенно ясно и наглядно демонстрирует его одна краткая фраза-формула, ставшая уже хрестоматийной. Звучит она так: «Дизайнеру заказывают не мост, а переправу».

Почему? Проанализируем предложенную сентенцию.

Понятно, что перед нами не просто некая констатация, но метафора, которую следует «расшифровать». Так что же такое в этом высказывании – «мост»? С заказом на проект моста – а это вполне конкретный заказ – обращаются к инженеру-мостостроителю, к конструктору, специализирующемуся на проектировании этих сооружений, наконец, к архитектору. При этом изначально полагается очевидным, что в сложившейся ситуации требуется именно мост и ничто иное. Задание формулируется именно и только так: «спроектировать мост». Далее оно может выполняться самыми разными способами: исходя из реальных условий, финансовых возможностей, соображений проектировщика, мост может оказаться подвесным или понтонным, на «быках» или какой-либо иной конструкции – но это всегда будет мост и только мост. Итак, «мост» в этой фразе есть обозначение самой идеи задачи, «мост» – метафора задачи, которая, будучи однозначно сформулированной, требует четкого и адекватного проектного ответа.

В отличие от этого слово «переправа» в приведенной фразе определяет содержание сложившейся проблемы. Она состоит в том, что существует необходимость переправиться через некое пространство, то есть попасть на ту сторону, тот берег – реки, оврага, пропасти, железнодорожных путей и т. д. Спектр решений такой проблемы включает в себя, среди прочего, и сооружение моста, но никак этим не исчерпывается. Переправиться, в принципе, можно различными способами: прорыв под землей тоннель, на плавучем средстве (если через воду), на воздушном шаре, по канатной дороге... телепортацией, наконец! На последнем способе, разумеется, слишком настаивать не будем – он приведен лишь как указание на несдерживаемое рациональным рассудком максимально возможное расширение способов решения поставленной проблемы. Итак, в этом контексте «переправа» – метафора проблемы.

Итак, мы имеем противопоставление («не... а...») задачи и проблемы. В приведенной фразе утверждается, что к дизайнеру не следует обращаться за решением узко поставленной, конкретизированной задачи; поле его деятельности – поиск возможностей разрешения проблемы, всегда обладающей качеством неопределенности.

Трансформация задачи в проблему – есть процедура проблематизации, то есть расширения смыслового контекста первоначальной задачи, включения в него новых смыслов и значений.

Еще Петер Беренс, автор первой в истории дизайна (Германия, 1907 г.) целостной дизайн-программы АЭГ («Всеобщая электрическая компания»), говорил: «Меня всегда интересуют только проблемы. Тем, что само собой разумеется, пусть занимаются другие». Звучит немного высокомерно, но взглянем на ситуацию. То была эпоха становления новой профессии, и этим заявлением

Петер Беренс жестко противопоставляет себя как активного ее представителя специалистам профессий, давно уже известным на производстве и в обществе.

Кто эти «другие»? Полагаю, инженеры, конструкторы, технологи, все те, кто досконально знает, как решать свои профессиональные задачи. Хочется сказать: узкопрофессиональные. Но Петер Беренс – дизайнер, он иной, он берется вовсе не за их дело, самого его «интересуют только проблемы». А решение проблемы может вдруг оказаться совершенно непредсказуемым. Таким заявлением автор АЭГ позиционировал себя в системе профессионалов-проектировщиков, обслуживающих производство.

Но не будем вставать в позу и делать вид, что дизайнеры всегда занимались и занимаются исключительно инновационными проектами. Во-первых, в любой деятельности есть корифеи, и есть хор – то есть в нашем случае те, кого знаменитый американский дизайнер Джорж Нельсон называл «пленными дизайнерами»: работая на производстве, им приходится заниматься текущим проектированием с минимальными нововведениями и даже модернизацией устаревших образцов продукции. Так что внутри самого дизайна сложилось естественное разделение на инновационное проектирование

и проектирование аналоговое. Между двумя этими профессиональными установками (возникшими по объективной необходимости или в силу дарованных природой возможностей) есть принципиальное различие в методе работы.

И все же как бы реальные жизненные обстоятельства не корректировали дизайн-деятельность, для представителя этой профессии более характерна логика, обозначенная во втором столбце таблицы, – логика проблематизирующего подхода. Именно эта способность делает проектировщика вещей дизайнером, и именно это отличает его от прочих близких ему специалистов. Инженерное проектирование тоже может быть исключительно новаторским, но эта новизна воплощается в способах совершенствования вещи относительно исполняемого ею практического назначения, в направлении большей технологичности или рентабельности ее производства и т. п. Дизайнер же вносит изменения в саму жизненную ситуацию, где эта вещь традиционно использовалась. В обновленной ситуации она в прежнем своем качестве, возможно, и вовсе не потребуется (нет смысла думать, каким спроектировать мост, если проблему переправы решает канатная дорога).

Особенность дизайнера состоит также не в том, что он усваивает композиционные приемы. Архитекторы владели ими задолго до того, как возникла (выделилась) профессия дизайнера. Специалисты же технических профессий тоже могли бы с пользой обучаться им, поскольку усилиями таких школ, как Баухауз или ВХУТЕМАС, эти приемы достаточно формализованы. Такие знания и навыки были бы ими востребованы при решении их профессиональных задач, включая и квазидизайнерские, то есть требующие аналогового проектирования. Но подлинный дизайн – это внесение социально-культурных инноваций и поиск нестандартных решений, дизайн – это, прежде всего, разрешение проблемы «переправы» в ситуации, когда «мостостроительство» почему-либо невозможно или нецелесообразно. А теперь попробуем сопоставить логику проблематизирующего подхода, нацеленного на получение новой вещи, с подходом, связанным с получением нового знания, как это прослеживается исследователем эволюции стиля научного мышления М. Х. Хаджаровым. Мы уже обращали внимание на то, что современное мышление отличается от традиционного, полагавшего между всеми явлениями бытия наличие однозначных связей. В процессе развития вероятностного стиля мышления в научный категориальный аппарат вошли такие понятия, как «неопределенность», «случайность», «возможность», «вероятность» и пр., которые обнаруживают тесную связь с новейшими философскими представлениями. Такую философскую и научную парадигму называют «вероятностной» и «системно-структурной». Со своей стороны, дизайнерская мысль всегда стремилась сочетать в процессе поиска новизны образное и системное начала.

Расшифровка «первого этапа» исследовательского процесса весьма напоминает процедуру проблематизирующего подхода, не правда ли?

Дивергенция, то есть расширение смыслового контекста объекта проектирования или исследования, – универсальный путь поиска новизны. «Второй этап» призван лишь адаптировать найденное знание к насущной реальности, он сводит многообразие решений к оптимальному для конкретных условий. «Аналоговый» же подход начинается сразу со второго, редуцирующего этапа, и потому результаты его недалеко уходят от первоначального состояния материального объекта или знания.

Так называемый проблематизирующий подход был уже давно осознан внутри профессии и вполне самостоятельно применялся параллельно с происходящим в науке изменением стиля мышления от строго детерминированного (предсказуемого) – к вероятностному. Близость эта, видимо, объясняется тем, что вероятностное начало всегда присутствовало в художественно-образной составляющей мышления дизайнера, и это, по выражению Ю. Шрейдера, не позволяло ему «превращать «бритву Оккама» в гильотину» [60]. Итак, дизайн – посредник между художественным и научным постижением мира, но дизайн, в силу прикладного характера, мысль свою материализует, изменяя не только ментальную сферу существования человека, но и его физическое бытие.

8.8 Анализ и методы оценки уровня дизайн-объекта

Предметом оценочно-критической, экспертной дизайн-деятельности являются анализ и оценка качества объектов дизайна как средств удовлетворения определенных потребностей людей и артефактов материально-художественной культуры. Это предполагает на основе разработки соответствующих методик проведение экспертизы потребительских свойств и эстетического совершенства объектов (выявление их эстетической ценности) или осуществление анализа и оценки социально-культурной значимости и художественной ценности объектов дизайна методом, аналогичным художественной критике в сфере искусствознания.

Субъектами этой области деятельности являются **эксперты и критики**. Ими могут стать как опытные профессионалы – практики дизайна, овладевшие методикой анализа и оценки объектов разного назначения, так и теоретики и методисты дизайна, владеющие методами экспертизы и (или) обладающие опытом критического анализа и оценки произведений дизайнерского творчества с позиций определенной системы общезначимых идеалов, установок, ценностей в тех или иных существующих и развивающихся областях материально-художественной культуры.

Эстетическая ценность характеризует объект в его отношении к субъекту, а эстетическая оценка определяет социально-психологический и социально-культурный аспекты отношения субъекта к объекту. Эта оценка зависит как от объективно существующих и чувственно воспринимаемых

субъектом особенностей морфологии (структуры и формы) вещи как носителя эстетической ценности, так и от комплекса ценностных установок субъекта, которые под воздействием различных сложно взаимосвязанных факторов могут изменяться.

Эстетическая ценность вещи может рассматриваться и как проявление особой эстетической функции объекта дизайна, соответствующей эстетическим потребностям человека в красоте окружающей его в разных сферах жизнедеятельности предметно-пространственной среды и вещей как ее компонентов.

Художественная ценность произведения дизайна возникает в результате художественного осмысления и эстетических, и внеэстетических ценностных смыслов разрабатываемого объекта. Выявление в форме художественно-образными средствами всех составляющих, характеризующих для потребителей утилитарно-техническую ценность вещи, представляет собой осмысление внутренних связей, присущих самой вещи как объекту ценностного отношения. Выявление же в форме вещи ее социально-культурного смысла для субъекта означает художественное осмысление совокупности духовно-ценностных свойств, отражающих внешние связи вещи в системе культуры

8.9 Создание сценария реализации объекта

Процесс проектирования. Этапы:

1. Выработка концепции.
2. Дизайн-прогноз.
3. Моделирование ситуации.
4. Определение системы целей (целевые характеристики костюма).
5. Определение целевых установок.
6. Определение проектной задачи.
7. Нарботать дизайн-программу (синтез интуитивно-образного мышления с научным мышлением).

Алгоритм проектирования.

Предпроектный анализ (первичный процесс) включает в себя задачу (условие, ситуацию, деятельность, дополнение)

Далее следует проектный процесс: эскизы; анализ формы, графики, проблемы, основной цели, назначение.

Проектный анализ (сам процесс проектирования) – это окончательная концепция-> конкретная проблема-> комплексное проектирование.

Идея концепции – (образ человека, форма, материал, технологический процесс)-> образ формы:

Вербальный образ -> Слово (текст, описывающий вербальную форму).

Геометрический образ -> Символ (картинка, описывающая форму на ассоциативном уровне).

Идея -> Описание идеи, создание структуры -> грамматика:

Изучение идеи на уровне слов (знаковое видение, вербальные идеи).

Ассоциативные символы (геометрический знак, идея).

Образ формы (технологические возможности):

Конструкция, способы изготовления, материал, типы фигур -> Технологический процесс.

Методические приемы «включенного» проектирования (на примере дизайна городской среды).

В исторической городской среде можно выделить несколько укрупненных предметных групп, требующих различного отношения к себе внутри все того же средового подхода. Весь «аранжировочный» слой предметности можно рассматривать как послойное нарастание средовой ткани от человека – до окружающих его поверхностей больших архитектурных объемов. Если начать с самой дальней «средовой периферии» (стен домов) и двигаться к «средовому ядру» и средоточию его (человеку), можно проследить нарастающую степень вовлеченности дизайна в совершенствование окружения и изменение его проектных приемов.

Первый слой городской среды составляют элементы архитектурного декора. В зоне исторической застройки и тем более в заповедной зоне такие элементы, как лепнина, балконные решетки, двери, навесы, витражи, флюгера и т. п., относятся к компетенции архитекторов-реставраторов, и их возвращение историческим зданиям базируется на историко-архитектурных исследованиях. Степень участия дизайнера здесь минимальна – другое дело, что знание документов истории, архивных материалов должно входить в культурный багаж дизайнера и влиять на принятие каких-либо профессиональных решений по данной зоне. Применяемый по отношению к данным элементам среды прием дизайнерского освоения городского пространства можно назвать воссозданием (или регенерацией).

Второй слой городской среды составляют декоративные элементы, близко примыкающие к архитектурным объектам, но уже не являющиеся их непосредственными деталями, – это фонари, фонтаны, ограды и пр. Роль дизайнера сводится к принятию решения об уместности данного элемента среды, исходя из содержания протекающих здесь процессов, из соответствия данного объекта общей средовой ситуации. Прием воздействия на этот «аранжировочный» слой можно назвать цитированием (или аналогией).

Третий слой «средовой ткани» включает в себя элементы, еще не принадлежащие непосредственно к человеку, но уже утратившие тесную связь с архитектурными сооружениями. Это, прежде всего, те элементы среды, в природе которых зрелищность и нестабильность. К ним может отнести праздничное оформление города, витрины, рекламу, временное ярмарочное или сезонное торговое оборудование и т. п. В образном решении такого рода объектов вполне допустимы реминисценции из различных исторических

стилей, поданных в авторской интерпретации, использование традиционных мотивов в произвольном их сочетании и прочие не исключающие иронии театрализованные приемы. Однако объекты этого типа могут черпать свою образность и из совершенно иных источников, сознательно диссонировать со стилистикой окружения (например, оформление временного павильона игровых автоматов, выполненное в условно «космическом» стиле или стиле комиксов). Проектный прием по отношению к «аранжировочным» элементам этого рода можно назвать парафразом (в некоторых случаях даже пародией).

Четвертый слой «средовой ткани» составляют относительно стационарные объекты. Этот слой уже значительно приближен к человеку, но не предназначен для созерцания, а непосредственно включен в его средовое поведение. Отличительной чертой таких объектов от составляющих предыдущий слой выступает то, что облик их принципиально не значим для потребителя. Безусловно, периферийное зрение и периферийное сознание улавливают исходящую от них эстетическую информацию, и она входит составной частью в формирование целостного образа среды, влияет на «средовое самочувствие» человека. Но в еще большей степени самочувствие это обусловлено уместностью данных объектов и их безотказным функционированием. Главная задача этого средового слоя – создавать средовой комфорт. При этом сами объекты, подобно безупречным слугам, должны оставаться минимально заметными, их существование в среде отвечает «этическому принципу незаметности». Этот прием можно назвать растворением (или диссипацией).

Пятый слой «средовой ткани» объединяет те ее элементы, которые вносятся в нее вместе с человеком. С какими бы намерениями ни пришел человек в историческую городскую зону, он появился здесь в своем костюме, со свойственными ему сегодня манерами поведения, приехал на автомобиле или автобусе. Вместе с этим человеком в заповедную зону ворвались звуки и образы широкого культурного контекста современности. Вторжением этого контекста, не претерпевшего здесь практически никаких изменений, является и используемый в исторической зоне малый транспорт, мобильные лотки, светофоры и другие объекты городского ландшафта. Все элементы такого рода – представители образного мира сегодняшнего человека, они в любой среде проносят свою стилистику неизменной. Это – «вещи-посредники» во взаимодействии человека с его окружением. Такой проектный прием соотношения нового и исторически сложившегося можно назвать несовпадением (или дискордансом). Итак, последовательно по мере приближения к «средовому субъекту»:

- воссоздание;
- цитирование;
- парафраз;
- растворение;
- несовпадение.

Приведенный пример «включенного» проектирования, разумеется, схема. Реальное творчество, в том числе средовое проектирование, выходит за границы любой схемы. Однако предложенный вариант предпроектного анализа помогает рационально оценить роль, форму участия и возможности дизайна в формировании такого сложного культурного объекта, каким является городская среда. Многие элементы ее находятся на границе приведенных здесь групп или же, в зависимости от общей проектной концепции, могут решаться в различных формах. Сохраняется лишь само движение от периферии среды к ее центру – от документа истории к фиксации сиюминутного бытия человека.

Средовому дизайну одинаково чужды как пренебрежительное отношение к ценностям прошлого, завышенная оценка идеи обновления (ему свойственна «экология прогнозирования»), так и приводящие к застою среды сугубо охранительные тенденции (свойственна «экология наследования»). Отстаивая ценность «экологии сосуществования», он объединяет оба этих вектора (наследование и прогнозирование) в средовом объекте, принадлежащем современности, и сочетает в нем не только материал разного культурного происхождения, но и относящийся к прошлому (традиции) и будущему (прогнозу, предвиденью) временам. В дизайне городской среды, как нигде, отчетливо видна посредническая культурная роль этой деятельности, она выступает здесь медиатором прошлого и будущего состояний объекта.

ЛИТЕРАТУРА

а) основная литература (имеется в библиотеке)

1. Аронов, В. Р. Художник и предметное творчество: Проблемы взаимодействия материальной и художественной культуры 20 века / В. Р. Аронов. – Москва: Сов. художник, 1987. – 232 с.
2. Глазычев, В. Л. О дизайне (очерки по теории и практике дизайна на Западе) / В. Глазычев. – Москва : Искусство, 1970. – 189 с.
3. Дизайн в системе культуры : тезисы конференций, совещаний. – Москва : ВИНИТЭ, 1982. – 71 с.
4. Ненгушов, Б. В. Художественное проектирование / Б. В. Ненгушов, Е. Д. Щедрин, Г. Б. Минервин. – Москва : Просвещение, 1979. – 175 с.
5. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна : учебник для вузов / И. А. Розенсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 218 с.
6. Рунге, В. Ф. Эргономика в дизайне среды : учебн. пособие / В. Ф. Рунге, Ю. П. Манусевич. – Москва : Архитектура-С, 2009. – 328 с.
7. Ковешникова, Н. А., Дизайн: история и теория: учебное пособие для студентов архитектурных и дизайнерских специальностей / Н. А. Ковешникова. – 4-е изд., стер. – Москва: Омега-Л, 2008. – 223 с.: ил. – (Университетский учебник). – Спс. лит. - Имеется электронный аналог.
8. Моисеев, В. С., Теория и методология дизайна: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по спец. «Дизайн (по направлениям)» / В. С. Моисеев. – Минск : РИВШ, 2012. – 339 с.

б) дополнительная литература (имеется в библиотеке)

1. Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учебное пособие / А. Н. Лаврентьев. – Москва : Гардарики, 2008. – 303 с.
2. Основы дизайна: конспект лекций / Ю. А. Старикова. – Москва : А-Приор, 2011. – 112 с. – (Конспект лекций. В помощь студенту). – Имеется электронный аналог.
3. Труды ВНИИТЭ. Серия «Техническая эстетика». Вып. 43. Проблема формирования эстетической ценности и эстетическая оценка, 1983. – 93 с.
4. Шимко, В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Дизайн архитектурной среды» направления подготовки «Архитектура» / Т. В. Шимко. – Москва : Архитектура-С, 2006. – 381 с.
5. Дизайн в моде. Моделирование одежды. Принципы, практика, техника: подробное руководство для дизайнера одежды / К. Тэтхем, Д. Симен. – Москва : Рипол классик, 2006. – 144 с.
6. Сафина, Л. А. Дизайн костюма / Л. А. Сафина. – Ростов-на-Дону : Феликс, 2006. – 390 с.
7. Горина, Г. С. Моделирование формы одежды / Г. С. Горина. – Москва : Легкая и пищевая промышленность, 1982. – 184 с.

Учебное издание

Маклецова Татьяна Игоревна

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА

Конспект лекций

Редактор *Н.В. Медведева*

Корректор *Н.В. Медведева*

Компьютерная верстка *А.Н. Сычова*

Подписано к печати 08.06.2018. Формат 60x90^{1/16}. Усл. печ. листов 6.
Уч.-изд. листов 6,8. Тираж 30 экз. Заказ № 173.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.