



CUMULUS
2012
ЕКАТЕРИНБУРГ

Материалы международной конференции

ДИЗАЙН, БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ГРАНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

УралГАХА 2012

УДК 62:7.05
ББК 30.18

Дизайн, бизнес и общество. Грани взаимодействия: материалы международной научной конференции (4-5 октября 2012 г.) // ФГБОУ ВПО «Уральская государственная архитектурно-художественная академия». – Екатеринбург: УралГАХА, 2012. – 152 с.
ISBN 978-5-7408-0160-5

Сборник содержит тезисы докладов по актуальным вопросам теории и практики дизайна международной конференции «Дизайн, бизнес и общество. Грани взаимодействия» Международной ассоциации университетов и колледжей искусств, дизайна и медиа CUMULUS.

Материалы сборника могут представлять интерес для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов творческих вузов и смежных специальностей.

Редакционный совет: В. А. Брагин, Л. А. Говорухина.

ISBN 978-5-7408-0160-5
© ФГБОУ ВПО «УралГАХА», 2012

Материалы международной конференции
CUMULUS

**ДИЗАЙН, БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ГРАНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Екатеринбург 2012

СОДЕРЖАНИЕ

В. А. Брагин. Особенности методики подготовки промышленных дизайнеров на кафедре Индустриального дизайна УралГАХА	005
Т. Ю. Быстрова. Специфика новизны в продуктах современного дизайна	008
Г. В. Вершинин. Развитие проектной культуры и российский дизайн	010
Л. В. Желондиевская, В. Е. Барышева. Семантика знаковой формы в аспекте территориального брендинга	013
А. Ю. Зорина. Роль образования в становлении профессиональной культуры дизайнера	017
А. А. Иванченко. Сравнительный анализ элементов психо-дизайна для пожилых людей с учетом их места проживания	020
Л. В. Кокорева. Дизайн и общество (дизайн и власть)	024
М. И. Корзина, М. А. Поташова, А. А. Лысенко, В. А. Лысенко, А. Т. Гурьев, И. С. Майоров. Дизайн вэб-сайта на основе информационной модели системного проектирования	027
М. И. Корзина, О. А. Костюченко, М. А. Поташова, А. А. Лысенко, В. А. Лысенко, А. Т. Гурьев, И. С. Майоров. Моделирование визуального интерфейса вэб-сайта секции «Информационные технологии в дизайне» международной конференции «Региональная информатика»	030
Н. В. Крамская. Дизайн в контексте двухуровневой системы образования: российский и европейский опыт	034
В. С. Крохалев. Промышленный дизайн XXI века - средство гуманизации окружающей среды и эстетического воспитания общества	038
М. М. Крюков. 110 лет художественного образования на Урале. Отделение дизайна на базе художественного училища им.И. Д. Шадра	041
Н. С. Куликова, М. М. Крюков. Академическое образование как принцип подготовки специалиста в графическом дизайне	044
И. И. Куракина. Этно-культурные традиции в подготовке бакалавров и магистров дизайна одежды	047

В. В. Курочкин. Концепция художественно-образного решения экспозиции Уральского музея дизайна в Екатеринбурге	051
Н. Н. Личманюк. Социальная ответственность бизнеса и новая иерархия потребностей А. Маслоу	054
Н. Н. Мосорова. Государственные образовательные стандарты по дизайну: парадигмальный сдвиг или недоразумение?	058
Ю. В. Назаров. Три этапа русской революции в изобразительном искусстве	060
Е. Э. Павловская. Перспективы включения системы дизайн-образования в решение социокультурных проблем региона	067
М. В. Панкина. Социокультурные и экологические аспекты содержания профессиональной подготовки дизайнеров	070
З. М. Пестерева. Тема конкурсного плаката в образовательном процессе подготовки графических дизайнеров	073
А. С. Пономарев, Л. Е. Пономарева. Концепция методической разработки курса композиции в трехступенчатой системе художественного образования	077
Г. О. Прошин. Что есть дизайн и что - не дизайн?	082
В. Н. Смирнов. Курс «Организация проектной деятельности» в НГАХА	086
В. В. Типикин, Н. В. Колбина. Проектная графика. Воплощение идеи	089
О. Б. Чепурова. Традиции и инновации дизайна в условиях мультикультурного пространства	092
С. Г. Шлеюк. Опыт взаимодействия и сотрудничества кафедр «Рисунок и живопись», «Дизайн» и Оренбургского областного музея изобразительных искусств	095
О. Г. Яцюк. Роль компьютеризации в инновационных технологиях дизайн-образования	098

МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ УРАЛГАХА

Н. Бублик. О диалоге в дизайне	100
М. Гостяева. Дизайн-интерпретация геокультурного образа Урала	104
Е. Долженкова. Формирование творческой среды для дизайнеров	107

К. Коломеец. Формирование ярмарочной среды в контексте народных промыслов	110
Д. Маслова. Экологическая этика на примере проектирования объектов туристического комплекса	113
А. Мочалина. Проблемы культурной идентичности в проектировании природных парков	116
Ю. Надыршина. Стилевые направления в проектировании современных коворкинг-центров	120
А. Никифорова. «Новая эстетика» Севера: репрезентация культурного наследия аборигенного населения	123
В. Ошкурова. Проблема формирования горнолыжных курортов Урала	127
Д. Пажитнева. Проблема эклектичности в дизайне городской среды	131
И. Першина. Коммуникация «человек-музей» как основа создания познавательной музейной среды с применением инновационных технологий	134
А. Потапова. Принципы проектирования выставочной среды павильона народных промыслов на Урале	137
М. Садакова. Особенности проектирования среды для детей сирот	141
Т. Хныжова. Феноменологический подход в проектировании световой среды на примере творчества Яна Керсале	144
Е. Шубенцева. Образование творческих кластеров как один из методов регенерации регионально-промышленных территорий	148

В. А. БРАГИН

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДИКИ ПОДГОТОВКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ДИЗАЙНЕРОВ НА КАФЕДРЕ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ДИЗАЙНА УРАЛГАХА

Методически под дизайном на кафедре Индустриального дизайна понимают:

первое – творческая проектная деятельность, как поэтапный методически выстроенный во времени процесс,

второе – результаты проектной деятельности, т. е. дизайнерские проектные материалы,

третье – продукт дизайна или товар (вещь), который ориентирован на потребителя и готов к продаже на глобальном (национальном) рынке.

Исходя из этого, все три составляющие дизайна взаимно обусловлены и тесно связаны. В методике нашего дизайнерского образования такое видение «дизайна» является основополагающим.

Подготовка узко направленных специалистов в промышленном дизайне (Industrial Design, Product Design или 3D Design) на нашей кафедре является по форме и содержанию широко универсальной. Объектом проектирования может стать любой трехмерный объект жилой, общественной и производственной среды. Применение среднего подхода в дизайне является основополагающим.

Специализация кафедры, означенная как «художественное конструирование промышленного оборудования и средств транспорта», требует фундаментальной инженерной подготовки будущих промышленных дизайнеров. В учебный план включен целый комплекс инженерно-технических дисциплин.

Конечный объект проектирования рассматривается как товар, требующий соответствующего информационного, графического и рекламного сопровождения.

Обучение дизайн-проектированию на кафедре Индустриального дизайна носит диагональный характер, объединяя в единое поле профессиональные теоретические знания и ремесленнические навыки, нацеленные на развитие у студентов дизайнерского мышления и

интуиции.

Объектный и системный дизайн методически рассматриваются как две стороны одной медали. С приходом в 80-е годы прошлого века дизайнеров-практиков из Уральского филиала ВНИИТЭ в образовательный процесс кафедры была внедрена методология системного дизайн-проектирования. По возможности мы и сейчас стараемся включаться в стратегическое и инновационное дизайн-программирование. Например, наше участие в SAMSUNG 2005 Global Design Project и разработка концепт-каров для немецкой компании «Фольксваген АГ» в 2012 году.

Образовательные теории «тотального дизайна» являются сомнительными. К счастью невозможно с помощью технологий компьютеризации, автоматизации и аутсорсинга подготовить промышленного дизайнера. Это в первую очередь касается самой важной составляющей, а именно художественного аспекта профессионального дизайнерского образования.

За границей решили эту проблему, как всегда просто! В зарубежных школах дизайна готовят магистров трех степеней. Для фирм дизайн-консалтинга подойдут специалисты в области промышленного дизайна со степенями MSc (магистр наук) и MD (магистр дизайна). MSc – магистр, обученный и нацеленный на исследовательскую деятельность в дизайне. MD – это магистр с уклоном подготовки в области производственных технологий. Эти специалисты не могут создать реальной добавленной ценности (added value), поэтому их профессиональная деятельность возможна только в команде с MA – магистром искусств, с тем, кто создает конечные продукты (не всегда материальные).

Британские дизайнерские школы имеют мощную организацию для обеспечения тесных контактов между университетами и промышленными фирмами и предприятиями.

К числу явных недостатков школы дизайна УралГАХА следует отнести полную оторванность от отечественной (глобальной) промышленности на уровне менеджерской службы ВУЗа. Связью между учебным процессом и промышленностью не занимается никто.

В магистерское образование за рубежом около 10 лет назад были внедрены курсы, ориентированные на подготовку промежуточных специалистов-менеджеров в области дизайна. Например, в University

of Huddersfield можно получить магистерскую степень в Innovations and Entrepreneurs Studies in Design или Fashion Design, Management and Promotion. Поэтому нет необходимости готовить раздвоенных специалистов, имеющих два диплома MBA и MA в области дизайна, и это подтверждает зарубежная образовательная практика.

Т-образная модель образования является стандартом в британском дизайн-образовании. Благодаря тесному сотрудничеству с School of Art, Design and Architecture британского университета University of Huddersfield, эта модель образования была внедрена в бакалавриат и магистратуру на нашей кафедре в течение последних пяти лет.

Для подготовки специалистов-дизайнеров на 1 и 2 курсах магистратуры в Студии дизайна товаров используются все возможных образовательные методики. Их четыре – это лекционные (очень краткие), семинарские, проектно-групповые и тьюторские занятия. Особый акцент делается на тьюторские занятия, как специфический вид персональной подготовки проектировщиков высшего класса в области промышленного дизайна.

Хочется обратить внимание, что наиболее успешными в области дизайн-образования являются как раз «старые» школы с ориентацией на художественные подходы, например, британские RCA и Saint-Martin или итальянская Domus Academy. Новые учебные программы должны разрабатываться в «старых» школах с сохранением культурных традиций (это самое ценное) с привлечением необходимых специалистов из «продвинутых» технологических университетов.

В настоящее время на кафедре используются образовательные стандарты, разработанные в Строгановке. Реально готовить современных промышленных дизайнеров по ним невозможно, однако никто не запрещает нам интерпретировать их в нужном нам направлении. Сомневаюсь, что «правильные» до- и последипломные стандарты приведут к повальному успеху в отечественном дизайн-образовании.

Жизненная аксиома, которой мы неукоснительно придерживаемся на кафедре: «Главное в дизайне – не что делать, а как делать!»

Для разработки перспективных образовательных бакалаврских и магистерских стандартов должны привлекаться успешные школы, а не только «приближенные» или столичные институции.

Многие (особенно частные) российские школы дизайна предлагают односторонний (у медали – всегда две стороны) подход к поиску новых компетенций в магистерском дизайн-образовании для степеней MSc и MD. Рассматривая магистратуру, как второе (платное у нас) высшее образование, на эти степени могут приниматься постдипломные студенты, имеющие профильное и непрофильное высшее образование. В этом случае – это разные (разнонаправленные) векторы образования.

Для получения более высокой магистерской степени MA/Master of Art (in Product Design) обязательно потребуется «начальный» дизайнерский бакалавриат. В этой ситуации магистратура будет продолжением бакалавриата (BA), учитывающего его кредитно-модульную структуру и компетенции. Вектор подготовки – общий и всегда Т-образный.

В плане комплексного повышения квалификации специалистов в области промышленного дизайна следует создать Центры переподготовки, соединенные для консолидации «жидких» сил в единую сеть. Художественная переподготовка дизайнеров, к сожалению, может базироваться только на культурной основе «старых» дизайнерских школ, так как этот самоценный культурный бэкграунд нельзя создать быстро и на «пустом» месте.

Т. Ю. БЫСТРОВА

Уральский федеральный университет

СПЕЦИФИКА НОВИЗНЫ В ПРОДУКТАХ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Проблематика нового рождается из противоречия между одним из главных ориентиров дизайн-проекта как «формотворческой деятельности» и неспособностью массовой аудитории положительно воспринимать новизну в любой сфере жизни.

То, что сегодня называют новым, в особенности в дизайне костюма, ювелирном дизайне, дизайне мебели, – главным образом симулятивное новое двух родов. Либо это новое, возникающее за счет введения художественно-образного начала, в общем-то прекрасно

распознаваемого потребителем, – а значит, не являющегося для него новым (стул в форме цветка и т.п.). Либо это новое, стилизуемое «под что-то», когда распознавание совершается за счет выделения уже известных элементов (фрагментов) стиля, знакомого потребителю дизайн-продукта. Оба подхода архаизируют дизайнерскую форму, обращая ее в прошлое, хотя и могут привести к появлению мнимо-футуристических объектов. Оба имеют декоративный характер и не способствуют росту того эстетического, которое одновременно было бы функциональным, повышало практичность, утилитарность изделия. Если говорить о проектном мышлении дизайнера как имеющем главным образом рациональный характер, но можно отметить, что шансов на возникновение новой формы, нового образа почти нет, поскольку аналитическая работа с аналогами, изучение рынка и другие предпроектные процедуры прочно связывают проектировщика с реалиями настоящего. Предвидение, фантазия, представление – способности, актуализируемые эмоциональной сферой, и приводящие к отрыву от реальности, – здесь не нужны либо используются в минимальной степени.

Что будет, если дизайнер создаст нечто совершенно новое, форму, которая сама, возможно, не подскажет пользователю, как с ней обращаться. Скорее всего, большинство людей просто пройдут мимо, озвучивая разные предлоги своего равнодушия или опаски. Для продвижения такого продукта на рынок нужны нейминг, разъяснительные тексты, привлечение лидеров мнения и т.п., т.е. PR-действия, удорожающие общую стоимость проекта.

Что удобнее всего назвать «новым», так чтобы на него откликнулось максимальное количество людей? Это усредненная, нейтральная форма, вызывающая краткосрочную положительную реакцию «среднестатистического» большинства. Убрать все крайности, все, что может не соответствовать локальным вкусам и ценностям, а значит, вызывать раздражение, эмоциональное отторжение. В результате получается дизайн в духе Apple, чьи тиражи подтверждают логичность данных рассуждений.

Если абсолютно новую форму создать невозможно и, вероятнее всего, не нужно, то какие характеристики дизайн-продукта могут приводить к его новизне? Это:

- новизна материалов и технологий изготовления,

- новизна презентации (упаковка, детали внешней формы),
- новизна компоновки, сочетаемость данного предмета или функции с другими, и т.п.

Иначе говоря, новизна продуктов современного дизайна – если мы говорим о дизайне, а не искусстве, – всегда связана лишь с относительно небольшими изменениями внешней и внутренней формы. И это нормально, поскольку учитывает психологию адресатов дизайна.

Г. В. ВЕРШИНИН

Тюменская государственная академия культуры, искусств
и социальных технологий

РАЗВИТИЕ ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ И РОССИЙСКИЙ ДИЗАЙН

Объективный взгляд на дизайн невозможен, не только потому, что он определяется противоположными интересами. Продолжает меняться самоосознание профессии. Во времена Баухауза, его рассматривали инструментом социальной реконструкции. Когда Герберт Рид приходил к выводу, что дизайн скорее искусство, он уже использовался для стимулирования экономики. В пятидесятые-шестидесятые годы для креативных итальянцев дизайн был способом самовыражения и культурной рефлексии. В те же годы он уже становился инструментом глобального переустройства жизненной среды и уклада. Когда дизайн в 1970-е стал проектированием идеальных красивых вещей, о нем заговорили как о третьей культуре, смысл которой даже не в проектировании предметов, сколько в переделке всего, созданного человечеством.

Напомню, что в 1979 г. исследователи из RCA описали дизайн как третью – проектную культуру или Дизайн с большой буквы или «совокупный опыт материальной культуры и совокупный массив знаний, навыков и ценностей, воплощенный в искусстве планирования, изобретения, формообразования и исполнения». В Великобритании с 1966 года Дизайн становился частью общего и профессионального образования, основой бизнеса, коммуникаций – всех сфер жизни. Российские теоретики утверждают, что дизайнерское образование:

- развивает внутренне видение вещей и явлений;
- иницирует аналитику, критику, свободу от шаблонов;
- учит понимать культурные коды, писать и читать мир на языке предметов и процессов;
- активизирует врожденную созидательную активность людей;
- развивает конструктивное мышление;
- формирует вкус и культурную терпимость;
- создает способность к коммуникации – но не только с окружающими, но и самую сложную – с самим собой, с «внутренней личностью».

Проектное поведение, а именно исследования, критика, аналитика, построение систем, очищение, инновации, моделирование, прогнозирование стали частью всей гуманитарной культуры, а не только собственно Дизайна.

Российское понимание дизайна существенно отличается от европейского, настолько, насколько отличается культурный генотип: он более традиционалистский и крайне медленно меняется. Культурный генотип эпилептоидный (глубинный, ценностный), кинестетичный, опирается на личную интуицию, а не на вербалистику. Исследователи П. А. Колесников, К. Касьянова (В. Ф. Чеснокова) и другие доказывают, что он с XV в. Национальный характер мало изменился: россияне презирают власть, выскочек, богатство; ценят подвижничество, простоту и аскетизм, «правду», высокие цели и т.д. Западные исследования свидетельствуют, что для российского менталитета прошлое важнее настоящего и будущего. К. Касьянова, напротив, убеждает, что для России нет прошлого и будущего, она живет настоящим. То же утверждал еще в 1830-м году П. Я. Чаадаев, когда говорил, что мы живем одним настоящим, в самых узких его пределах, без прошлого и будущего.

Европейский дизайн вырос на идеях теоретиков искусства: А. Ригля, В. Воррингера об «абстракции-вчувствовании», они легли в основу беспредметного искусства и – следовательно, дизайна как совокупного продукта искусства, технологий, бизнеса, общественных потребностей. Неизобразительная дизайнерская форма является текстом, которым пишется цивилизация.

Российский дизайн первой волны – дизайн А. Родченко, В. Татлина, Л. Лисицкого, К. Мельникова и других стремился переустроить сознание и культуру граждан, воспитать нового человека – здорово-

го, мыслящего, творческого созидателя. У пионеров русского дизайна была и узкая цель – обучить сограждан пониманию языка форм. Была создана новая культура книги, плаката, предметов, но она не утвердилась в народной жизни. Круг инициаторов тогда был чрезвычайно широк – от живописцев, критиков и литераторов до выдающихся миссионеров вроде А. Богданова – создателя теории самоорганизующихся обществ, аналога современных сетевых сообществ, создателя научной организации труда, а также института крови, в котором он и погиб, ставя эксперимент на себе.

После того как дизайн не получился дважды – ни в 1920-е годы, ни при своем втором рождении в 1960-е годы (несмотря на то, что в СССР к концу семидесятых годов была создана крупнейшая в мире национальная служба дизайна – более 10 000 человек) возникает вопрос – в чем причина отторжения?

В последнее время становится яснее, чего не учли пионеры отечественного дизайна: культурный генотип. Российская культура ориентирована на традицию, прототипы и прецеденты, на природные образы и мотивы, на орнаментику и декоративизм. Из всего этого в последнее время лишь формальная экспрессия становится востребована в мировой архитектуре и дизайне вещей. «Русский дух», массовый народный вкус во многом противоположны дизайну с его инновациями. Парадоксально, что любимые категории дизайна – «чистота», «простота», «красота» являются важнейшими в российской традиционной эстетике, но не в искусстве и дизайне.

В 1990-е гг. в России возник неожиданный спрос на дизайн интерьера и графический дизайн. Радикально изменилась социальная структура общества. Появились новые сословия, нуждавшиеся в новой идентичности. Им необходим был символический дизайн, декларирующий социальные статусы. В интерьере расцвела отвратительная псевдоклассика, олицетворявшая историю и преуспевание. В графическом дизайне, напротив, нужна была глобальная идентичность, и он быстрее приблизился к космополитическому языку новейшего стиля.

В начале 1990-х годов авиационный инженер Игорь Сафронов создал фирму сейфов «Биоинъектор», дизайнеры которой Влад Савинкин и Владимир Кузьмин создали линейку объектов-метафор: сейфы «Куб», «Авиатор», «Диана». «Даная», «Сыр», «КГБ» и многие

другие. Это были редкие варианты дизайна, в которых образы-метафоры содержали многослойную семантику: восхищение техникой и урбанизмом, но и иронию относительно массовых шаблонов, власти денег. Инженерно сейфы опирались на современных технологиях. Но сегодня И. Сафронов потерял интерес к своему делу.

С 1990-х возникло около 200 школ дизайна вместо пяти, бывших в России прежде и примерно 10, существовавших в СССР. Естественно, возникает вопрос, кто те педагоги, которых небольшие российские вузы не готовили? В большинстве преподают архитекторы, не состоявшие в качестве действующих проектировщиков.

Российский бизнес торопится догнать известные бренды, производства, поэтому в массе ориентирован на известные дизайнерские фирмы вроде WolffOlin, ориентирован на сегодняшнюю мировую практику, больше североамериканскую. Предприниматели покупают готовые производственные линии с дизайном и технологиями. Они не заинтересованы готовить дизайнеров для себя и участвовать в образовании. В 1970-х гг. похожее положение было в компьютерных технологиях – ориентация на тренды загубила развитую тогда отечественную софт-инженерию. Догонять – это всегда проигрышно.

Российскому дизайн-образованию предстоит осознать собственные культурные реалии, научиться сотрудничать с бизнесом. Как ни странно, к этому его подталкивают европейские партнеры, исходящие из того, что продукты для регионального рынка должны создаваться дизайнерами страны-потребителя. Умения договариваться между школами, бизнесом как в Финляндии, в России нет. Дизайн остается делом случая, хотя за последние годы сформировался большой слой людей, преданный ценностям и методам дизайна.

Л. В. ЖЕЛОНДИЕВСКАЯ, В. Е. БАРЫШЕВА

Московская государственная художественно-промышленная академия им С. Г. Строганова

СЕМАНТИКА ЗНАКОВОЙ ФОРМЫ В АСПЕКТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

В политкультурном обществе локализация культуры, связанная с

территорией приобретает особое значение. Национальная культура, традиции – основа коммуникации, и в то же время это суть «различий» в потоке информации. Выявление особенностей культуры как идентификаторов территории, как знаков различительного характера – актуальная проектная технология сегодняшнего дня.

Исторически появление социума повлекло за собой дифференциацию социальных слоев, собственности, территориальной принадлежности. Знаки обозначили системы различий: закрепили статус индивидуума, социальной группы, территории. Наиболее очевидной визуальной идентификацией, пришедшей к нам из глубины веков, является геральдика.

Исследователь геральдики В. И. Лавренев утверждает, что эмблемы и гербы «...представляют либо национально-государственную идею, либо определяют правовой статус территории (города), либо фиксируют лицо (род) в системе социальной иерархии» [1, с.11]. Идентификация территорий всегда присутствовала в имени города, его гербе, во флаге и гимне страны. «Предмет геральдики определяет не форма, а содержание» [2, с.15] – пишет главный специалист по геральдике России Г. В. Вилинбахов. Он подчеркивает, что исторически в геральдических символах люди искали различительную функцию.

Алина Уиллер, специалист в области брендинга, утверждает, что, «Борьба за узнаваемость – почти такое же старое явление как геральдические знамена на средневековом поле боя... Подобно тому, как феодальные владения превратились в коммерческие предприятия, то, что раньше было геральдикой, теперь стало брендингом. Битва за физическое обладание территорией теперь превратилась в конкуренцию за умы людей» [3; с.9].

Технология брендинга, зародившись в недрах товарного производства в начале XX века, существенно расширила свое влияние в наши дни. Брендинг территорий относительно новое направление, которое развивается стремительными темпами в последние годы.

У истоков территориального брендинга стояли британские маркетологи Вэли Олинс и Саймон Анхольт. Именно благодаря С. Анхольту в 1998 году было введено понятие «брендинга города», который он определил как «систематический процесс согласования действий, поведения, инвестиций, инноваций и коммуникаций территории для

реализации стратегии конкурентной идентичности» [4; с.286].

Территория – многомерный и сложный комплекс, состоящий из множества объектов, в том числе из серии товаров и услуг. Территориальному сообществу следует сформировать их общий, собирательный образ, выраженный в знаковой сущности, и через знак акцентировать их главные преимущества. Для того, чтобы культурная и историческая значимость территории стали конкурентоспособными, нужна «оркестровка» программ их продвижения, следует сформировать целостное и эмоционально окрашенное представление о том, что может предложить территория.

Знаковая форма – это выражение индивидуальности территории, ее стратегии, преимуществ. Бренд города выражает, поддерживает и синтезирует индивидуальность, делает ее наглядной. Формирование знака идет от названия города, интонации звука, растет и складывается в матрицу инструментов коммуникации.

Проектирование знаковой формы начинается с определения тона коммуникации. Он может быть строгий, деловой или дружелюбный, близкий и доверительный. Показателен в этом смысле пример ребрендинга города Праги. В 2002 при формировании нового бренда города, был создан логотип, который представлял собой написание слова Прага на разных европейских языках. Разработанный графический знак способствовал формированию имиджа Праги как открытого и дружелюбного города для людей разных национальностей и культур.

Стиль города Пори в Финляндии после ребрендинга стал более динамичным и привлекательным. Новое видение знаковой идентификации города представила дизайнерская группа Underware. В фирменном стиле города присутствует медведь, в прежнем видении – жестокий зверь. Дизайнеры вовлекают нас в игру, в которой героем является совсем не агрессивный, а живой и дружелюбный медведь, тем самым, меняя тон и стиль коммуникации.

Приведенные примеры знаковой формы опираются на зарубежный опыт стратегического планирования бренда города и визуальной идентификации на его основе. Российский опыт в этой области сталкивается с множеством проблем. В основе знаковой формы визуальной идентификации территории могут лежать не только исторические события или легенды, но и ремесла с их многовековыми тра-

дициями. В России XIX века существовало 250 ремесел. Ремесленные мануфактуры давали местным жителям рабочие места и заработок. На базе ремесел формировались школы, в которых культурные традиции получали развитие и канонические формы. Название населенных пунктов Гжель, Хохлома, Федоскино, Ростов сразу отсылают нас к традиционным ремеслам, их каноническим знаковым формам.

Город Гусь-Хрустальный был основан вместе со стекольным заводом в 1756 году крестьянином Акимом Мальцовым. К XIX веку гусевский хрусталь стал известен, и уважаем в мире. В ассортименте были и высокохудожественные изделия, композиции советского времени для домов культуры, кинотеатров, посольств, поражающие тонкостью отделки и многотонным весом. Однако промысел не мог существовать только на исторических образцах и традициях. Требования рынка диктовали большую мобильность и новую эстетику производимой продукции. Производство не справилось с поставленными задачами, и, не имея хорошего управленца, практически закончило свое существование.

На сегодняшний день судьба завода под вопросом. Вместе с закрытием завода может погибнуть и город, инфраструктура которого и основные рабочие места тесно связаны со стекольным предприятием. Отсутствие стратегии развития и финансирования практически уничтожили градообразующее производство.

Сегодня насчитывается около 70 выживших народных промыслов. Судьба каждого из них не простая. Фабрика в Павловском Посаде известна как платочная мануфактура с 1795 века, сейчас это частное предприятие. Платки Павловской мануфактуры имеют характерные стилевые признаки. Цветочные гирлянды и букеты на локальных фонах привлекают внимание и являются визитной карточкой города, а иногда и страны. Однако любая знаковая форма требует нового прочтения и современного видения. Это придает коммуникации остроту и интерес не только почитателей, но и новых зрителей.

Необходимо выходить на новый уровень осмысления и стилизации, где основополагающие качества и черты ремесел будут выведены на иную степень обобщения, соответствующую современному языку и новым технологиям, как технологиям производства, так и новейшим технологиям коммуникаций.

Знаковые формы, прошедшие отбор через сито истории и остав-

шиеся в современном культурном багаже страны, могут взять на себя роль знаковой формы территории. В современном понимании брендинга перечисленные ремесла: Павловские платки, стекло Гусь-Хрустального и другие – это сформированные бренды. Местные власти должны понимать не только историческую и художественную значимость подобных явлений, но в большей мере как резерв внутреннего и внешнего брендинга, как средство развития и продвижения города.

Стремительно развиваются коммуникативные технологии территориального брендинга. Все это интегрирует город в пространство региона, страны, мира. По мнению Ю. М. Лотмана «Культура – генератор структурности», она создает социальную сферу, подобную биосфере, в которой существует человек [5, с. 487]. Традиции культуры, которые сформировали территорию и среду обитания жителей, должны быть выражены в знаковых формах коммуникации, отражающих отличительные, неповторимые особенности данной территории.

Источники:

1. Лавренов В. И. Российский государственный орел. История эмблемы и символа // Гербовед. № 199. С. 11-12.
2. Вилинбахов Г. В. Понятие геральдики //Серия «Мыслители», выпуск 5. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С 14-24.
3. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. М: Альпина Бизнес Букс, 2004.
4. Бренды и брендинг // Клифтон Р., Симонс Д. и др. / пер.с англ. - ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
5. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб: Искусство, 2010.

А. Ю. ЗОРИНА

Уральский федеральный университет

РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В СТАНОВЛЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ДИЗАЙНЕРА

Ключевые слова: профессиональные компетенции дизайнера, куль-

тура, профессиональная культура, мировоззрение, личность, творческий потенциал.

Дизайн-проектирование в современных условиях становится все более сложным и синтетичным видом деятельности, требующим освоения новых проектных технологий и различной профессиональной информации, умения взаимодействовать с заказчиком, аналитического и ценностного осмысления как проектируемых объектов, так и деятельности по их созданию. Поэтому одной из ведущих тенденций инновационного развития в системе высшего профессионального образования является усиление внимания к проблеме подготовки кадров качественно нового уровня. В связи с этим приоритетными становятся вопросы реализации современных подходов к процессу обучения в высшей школе, который требует внедрения новых обучающих технологий и педагогических приемов, способствующих, с одной стороны, приобретению определенной системы ключевых компетенций, а, с другой – целенаправленному формированию творческой личности.

При разработке ГОС ВПО по отдельным направлениям специализации можно опираться на следующие четыре модели компетенций (Models of competence), принятых в настоящее время в европейской вузовской практике. Каждая из четырех моделей компетенции (МК1 – МК4) ведет к различным подходам к планированию, организации и предоставлению высшего профессионального образования, и, в особенности, к оценке и признанию достижений студента и оценке возможностей его трудоустройства на рынке труда. Все 4 модели компетенции связаны между собой.

Модель компетенции, основанная на параметрах личности (МК1) лежит в основе подходов (прежде всего в образовании), придающих особое значение развитию моральных, духовных и личных качеств будущего специалиста. Модель компетенции решения задач (МК2) обращает особое внимание на освоение студентом стандартных (алгоритмизированных) процедур и операций (посредством изучения процесса труда, методов работы и др.). Модель компетенции для производительной деятельности (МК3) подчеркивает важность достижения результатов и является весьма распространенным подходом к компетенции в специальностях и профессиях, где деятельность измеряется по результатам. Согласно модели управления деятель-

ностью (МК4), деятельность является функцией социального контекста человека, в котором существует некий порядок требований и ожиданий относительно человека на рабочем месте, которые могут быть взаимосогласованы.

Интегральный характер дизайна обеспечивает взаимосвязь многочисленных сфер человеческой культуры (философской, научной, технической, эстетической, экологической и пр.). Это позволяет предположить, что современный дизайнер должен быть носителем нового типа культуры, нового мировоззрения. Рассмотрение и решение данных вопросов видится в применении системного подхода. Содержательные принципы системного подхода позволяют фиксировать недостаточность старых, традиционных предметов изучения для постановки и решения новых задач. Системный подход к дизайн-образованию – это способ теоретического представления и воспроизведения объекта как системы.

Анализ практики обучения художественным дисциплинам в высшей школе показывает, что в настоящее время при обучении графическим дисциплинам иногда происходит увлечение формами обучения без их глубокого теоретического анализа, без учета содержательных сторон процесса, основанного на закономерностях познания. Поэтому методологической основой обучения рисунку является философская теория познания, а также системный подход к управлению и организации процесса обучения рисунку как части культуры общества. В связи с этим обозначились профессиональные вопросы: как найти наиболее эффективные формы и условия формирования мыслительного творческого процесса, методы формирования профессиональной культуры будущего профессионала и способы реализации, найденных методов повышения результативности учебной работы студентов при освоении художественных дисциплин.

Механизм взаимодействия всех четырех моделей компетенций современного студента-дизайнера на примере конкретного задания по рисунку (Стилизованный автопортрет) более подробно рассмотрен в докладе.

Профессиональная культура является продуктом и результатом профессиональной деятельности дизайнера, его профессиональной компетенции, а также его творческого потенциала, способности к самосовершенствованию. Профессиональная культура дизайнера

– это системное образование, представляющее собой совокупность профессиональных знаний, теоретических и практических умений и социально-значимых качеств личности, формирующихся в процессе проектно-производственной, социокультурной и учебно-образовательной деятельности.

Источники:

1. Медведев В. Ю. Роль дизайна в формировании культуры : учеб. пособие / В. Ю. Медведев. – 2-е изд., испр. – СПб.: СПГУТД, 2004. – 108 с.
 2. Методика художественного конструирования / Ю. Б. Соловьев и др.; под ред. Ю. Б. Соловьева, В. Ф. Сидоренко, А. Л. Дижур, Л. А. Кузьмичева, Д. Н. Щелкунова. – М.: ВНИИТЭ, 1983. – 166 с.
 3. Медведев В. Ю. Сущность дизайна : учеб. пособие / В. Ю. Медведев. – 2-е изд., испр. – СПб.: СПГУТД, 2009. – 3 с.
 4. Ассессоров А. И. Формирование профессиональной культуры студента-дизайнера. / Успехи современного естествознания. – 2009. – № 5 – С. 156-158 .
 5. Виноградов В., Синюк А. Подготовка специалиста как человека культуры / Высшее образование в России. – №2.- 2000. – С. 41.
-

А. А. ИВАНЧЕНКО

Филиал ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ПСИХО-ДИЗАЙНА ДЛЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ С УЧЕТОМ ИХ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что за последние десятилетия в развитых странах мира происходит неуклонный, довольно быстрый процесс по-старения населения.

Пожилые люди – группа, содержащая в себе индивидов с разнообразными проблемами, от, относительно здоровых и крепких до глубоких стариков, обремененных недугами. Она включает в себя выходцев из самых разных социальных слоев.

В соответствии с классификацией Всемирной организации здравоохранения к пожилому возрасту относится население в возрасте от 60 лет и старше, одной из характерных особенностей которых явля-

ется маломобильность.

Маломобильные группы населения – люди, испытывающие затруднения при самостоятельном передвижении, получении услуги, необходимой информации или при ориентировании в пространстве, например, инвалиды, люди с временным нарушением здоровья, беременные женщины, люди преклонного возраста, люди с детскими колясками и т.п.

Современная геронтология выдвигает тезис о необходимости максимальной поддержки активности, как физиологических жизненных процессов пожилых людей, так и их социальной позиции, что возможно с помощью комплексного профилактического метода, включающего физические упражнения, психорегуляцию, гидропроцедуры, элементы трудотерапии, участие в общественно-социальной жизни и др. Это требует проектирования особой архитектурной среды.

В настоящее время основными типами сооружений для проживания, пребывания и профилактической работы с пожилыми людьми являются специализированные дома-интернаты для престарелых и инвалидов. Однако интерьеры помещений не всегда адаптированы под психологические особенности и потребности проживающих.

Следуя определенным законам при обустройстве жилого помещения, можно создать наиболее подходящую обстановку для достижения внутреннего равновесия и спокойствия. Проводя большую часть времени в психологически комфортных, «дружелюбных» помещениях, можно увеличить продолжительность жизни на 5–10 лет. Одним из оригинальных общенаучных подходов, изучающим человека и его место обитания как одно целое является психо-дизайн.

Целью исследования является построение иерархии элементов психо-дизайна для пожилых людей в зависимости от места их проживания.

Гипотеза исследования наиболее значимыми элементами психо-дизайна для людей преклонного возраста, проживающих в специализированных домах для престарелых и инвалидов (ДИПИ) являются: характер запроектированного пространства, цветовая гамма, применяемая в интерьере, а также предпочтительный материал в отделке помещений.

В первой серии исследования были выявлены особенности зна-

чимости элементов психо-дизайна для пожилых людей, проживающих в семьях, или самостоятельно.

Проведенный анализ показал, что для пожилых людей важную роль играет создание оптимального жизненного климата. Стремление к комфорту занимает одно из первых мест в их ценностной иерархии. Желаемым психологическим воздействием интерьера всеми пожилыми людьми, проживающими самостоятельно, был назван успокаивающий эффект, дающий возможность отдыха и расслабления.

В качестве приоритетных элементов психо-дизайна пожилые люди выделяют простоту форм и многофункциональность предметов интерьера.

Гендерные различия отражаются в выборе материалов для отделки помещений. Если мужчины в большей степени склонны отдавать предпочтение комфорту, удобству практичности, то женщин больше беспокоит вопрос здоровья. Женщины более склонны проявлять осторожность в использовании новых технологий в интерьере.

Несмотря на гендерные различия, предпочтительной цветовой гаммой помещения выступают теплые тона (пастельные, коричневые, желтые).

Во второй серии исследования были выявлены особенности значимости элементов психо-дизайна для пожилых людей, проживающих в специализированных учреждениях. В результате анализа было выявлено, что для пожилых людей проживающих в ДИПИ, важную роль, в проектировании помещений того или иного типа, играет комфорт и правильное архитектурно-планировочное решение. Оно должно обеспечивать беспрепятственное передвижение по коммуникационным путям, помещениям и пространствам.

Желаемым психологическим воздействием интерьера всеми пожилыми людьми, проживающими в специализированных домах для престарелых и инвалидов, назван успокаивающий эффект.

Одной из основных ценностей для людей, проживающих в ДИПИ, является здоровье, поэтому если стоит вопрос выбора отделочных материалов, то акцент делается на натуральных материалах.

Следует отметить, что особое значение пожилые люди, проживающие в ДИПИ, уделяют возможностям проведения пассивного и активного досуга, а также творческой реализации личностных осо-

бенностей через труд, а это в свою очередь имеет существенное значение для сохранения здоровья пожилых людей.

И в первой, и во второй группе в качестве наиболее важных элементов психо-дизайна выявлены:

- характеристика запроектированного пространства (зонирование пространства, наличие специальных приспособлений для удобства перемещения, освещение различных зон помещения);
- цветовая гамма, применяемая в интерьере;
- использование в интерьере элементов творчества.

В результате сравнительного анализа были выявлены особенности восприятия элементов психо-дизайна пожилыми людьми в зависимости от места проживания.

Такой фактор, как наличие специальных приспособлений для удобства перемещения (поручни, специальные сиденья, пандусы), для людей, проживающих в ДИПИ, имеет наиболее важную роль. Так, из всех опрошенных пожилых людей, проживающих самостоятельно или в семье, необходимость в наличии специальных приспособлений составила лишь 19% процентов, а для людей, проживающих в ДИПИ 78%.

В 100% случаях предпочтительная цветовая гамма для людей, проживающих в ДДП, – это теплые пастельные тона, что, возможно, вызвано потребностью в создании комфортного влияния помещения. В сравнении с этим, треть респондентов (35% опрошенных) склонны к использованию в интерьере холодной цветовой гаммы.

Люди, проживающие в ДИПИ, в 100% остановили свой выбор на применении простых, натуральных материалов в помещении, что обусловлено, возможно, тем, что пожилые люди достаточно чувствительны к экологии. Еще одной причиной такого выбора является то, что их молодость прошла во времена советской власти и дефицита всего. В большинстве случаев они не стремятся к желанию оформить интерьер с учётом новомодных веяний дизайна, для них главный критерий – простота и комфорт. 54% опрошенных из другой категории, рассматривают вариант применения искусственных отделочных материалов и использование каких либо модных тенденций.

Относительно факторов расстановки мебели и микроклимата помещений, выявлено, что для людей, проживающих в ДИПИ, мебельная укомплектованность и инженерные коммуникации соответствует

требованиям стандартов, что создает комфортные условия проживания (100% опрошенных). Пожилых людей, проживающих в семьях либо самостоятельно, не удовлетворяют эти факторы. Возможно, в силу материальной несостоятельности, доля таких людей составляет 85%.

Таким образом, анализ восприятия элементов психо-дизайна, приводит нас к следующим выводам:

1. Самыми важными элементами психо-дизайна для пожилых людей вне зависимости от места проживания являются:

2. Гипотеза о том, что наиболее значимыми элементами психо-дизайна для людей преклонного возраста, проживающих в ДИПИ, являются: характер запроектированного пространства, цветовая гамма, применяемая в интерьере, а также предпочтительный материал в отделке помещений, подтвердилась.

3. Так же хотелось бы отметить что, вышеперечисленные факторы, возможно, реализовать, используя элементы русского стиля в интерьере как домов интернатов для престарелых и инвалидов, так и в интерьере, где проживают пожилые люди. Воплощение идей этого стиля подразумевает использование теплых натуральных материалов, а также элементов народного творчества национального характера.

4. Учет факторов психо-дизайна влияет на физическое и эмоциональное здоровье человека, способствует решению следующих задач: снижение уровня заболеваемости, профилактика старения, увеличение продолжительности жизни, удовлетворение потребностей людей пожилого возраста.

Л. В. КОКОРЕВА

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ДИЗАЙН И ОБЩЕСТВО (ДИЗАЙН И ВЛАСТЬ)

Дизайн одежды входит в структуру индустрии моды. От дизайнера зависит, какой будет одежда. Он первый начинает модный цикл, ритм колебания которого составляет два года. Последующие этапы состоят в том, чтобы эту одежду сделать модной. Это происходит в

индустрии моды. Попадая в систему моды, продукт дизайна подвергается воздействию СМИ, PR, находит контакт с потребителем. Дизайнер создает образцы одежды, а Индустрия моды (или система моды) делает их модными. Производство одежды отличается от производства моды. Производство одежды производит материальный объект, а производство моды - символический. Чтобы быть конкурентоспособной, одежда должна быть не просто новой, а еще и модной - в этом специфика и функция Fashion индустрии. Известно, что системы моды (индустрии) есть в каждой стране, которая производит массовую одежду.

Сегодня в мире глобализации есть также индустрия моды без границ - международная. Мы испытываем конкуренцию моды без границ как внутри страны, так и во внешней среде. Если взять во внимание, что в Советском Союзе была достаточно сильная и организованная легкая промышленность, которая занималась производством одежды, то как таковой развитой Индустрии моды не было. Мода носила вторичный характер в условиях дефицита. Теперь мы столкнулись с конкуренцией с брендами, которые давно на рынке, имеют свою историю, качество, высокие технологии и изначально, в силу этого, считаются модными.

Уже 20 лет, с начала перестройки в стране, мы работаем в условиях рынка, и теперь можно делать выводы. В архитектурной академии в это же время была создана кафедра дизайна одежды. Мы готовим специалистов, которые в состоянии проектировать оригинальную одежду. Выпускники работают в нашей стране и за рубежом. Т.е. с дизайном у нас все в порядке.

За это время резко сократилось производство, но сегодня можно размещать заказы за рубежом, где получается более дешевая себестоимость товара.

Речь пойдет о том, что в России нет системы индустрии моды, и это отрицательно сказывается и на экономике страны, и на дизайне. В нашей стране на сегодня практически нет легкой промышленности: очень мало крупных швейных предприятий и текстильных фабрик. Возможно, дизайнер и может обойтись импортными материалами и производителем, но страна теряет рабочие места, снижается уровень жизни населения.

Модная вещь дороже немодной. А для моды нужен потребитель

моды. Наша продукция не модная, не престижная и не конкурентоспособная по большому счету. В большой массе предприятия мелкие, экономика не прозрачная, доходы низкие. Парадокс в том, что если ознакомиться со статистикой, то Россия считается одним из наиболее перспективных рынков потребления одежды, обороты составляют миллиарды и триллионы рублей от продажи импорта. Россия находится на 9-м месте в списке 10 быстро развивающихся рынков продажи одежды. При этом удельный вес рынка отечественных торговых сетей 3-3,2% от всего объема.

В мире есть тысячи хороших брендов, которые могут одеть весь мир, в том числе и Россию. Все стремятся на наш обширный рынок, где нет конкуренции с отечественными товарами. Вопрос в том - выгодно ли это России? Россия платит за дизайн и пошив импортеров, теряя свои рабочие места проектировщиков и производителей, а также снижая уровень жизни отечественных специалистов. Кто получает эти деньги? Не мы. Мы работаем на всех тех, кто нам продает свою продукцию.

Такая ситуация коснулась не только России. В своё время это пережили Франция, Италия, Англия. Это продолжалось до тех пор, пока правительства этих стран не поняли, что надо пополнять свою казну, развивая систему моды внутри страны.

В этих странах имеются:

1. Система моды (индустрия).
2. Культура и история (необходимая для национальной идеи).
3. Дизайнеры (с высокими профессиональными навыками).
4. Поддержка государства.

Сегодня в этих странах распространена практика государственной поддержки индустрии моды с целью сохранения ее конкурентоспособности, интеллектуального потенциала посредством организаций, основанных на государственно-частном партнерстве департаментов, палат, отделов. Деятельность данных институтов заключается в нормативно-правовой поддержке отрасли. Инициативой государства являются налоговые и внешнеэкономические льготы, поддержка проведения недель моды, соединение производителей и государства.

Дизайнер без системы продвижения и продажи, наковой является Индустрия моды, ничто, будь он и очень талантлив. Сейчас уже все

специалисты понимают функции индустрии моды и какую экономическую выгоду для страны, выпускающей одежду, имеет её создание и развитие, принимая во внимание, что прибыль от производства одежды на мировом рынке стоит в ряду с нефтедобывающей промышленностью и автодизайном.

Источники:

1. Михалева К. Система моды.- М.: РосспЭН, 2010.
 2. Иваницкий В. П., Щеглов М. С. Экономика моды.- Екатеринбург, 2012.
-

М. И. КОРЗИНА, М. А. ПОТАШОВА, А. А. ЛЫСЕНКО, В. А. ЛЫСЕНКО,
А. Т. ГУРЬЕВ, И. С. МАЙОРОВ

Северный Арктический федеральный университет имени М. В. Ломоносова, СПГУТД, Центр электронных ресурсов и технологий

ДИЗАЙН ВЭБ-САЙТА НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ СИСТЕМНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

К настоящему времени разработано достаточно много моделей и методов проектирования, как в области создания высоко художественных объектов, так и технически сложных объектов. В результате анализа наиболее значимых моделей проектирования (дизайна), в работе сделан вывод, что все они обладают индивидуальными чертами, а также характеризуются и набором общих свойств. Основным недостатком большинства моделей проектирования является то, что они охватывают не полный жизненный цикл проектируемого объекта.

Для обобщения существующих знаний была создана универсальная модель, называемая «информационная модель дизайна (системного проектирования)». Согласно данной модели, проектирование (дизайн) как процесс и технологию творческого создания объектов дизайна (ОД), можно моделировать по принципу системы с обратными связями. Среди положительных моментов применения данной модели можно назвать то, что модель позволяет алгоритмизировать технологию создания объектов в полных жизненных циклах и отдельных фазах создания, существования и дематериализации ОД.

Рассмотрим подробнее этап формализации описания.

Цели, сформулированные на втором этапе проектирования сайта, определяют его образ, который для воплощения в конечный продукт должен быть понятен всем участникам процесса дизайна, то есть пройти формализацию описания. В формализацию описания входят формирование требований к сайту, из которых составляется техническое задание, а затем разрабатывается дизайн-макет сайта.

На этапе формирования требований к сайту необходимо сформулировать требования к стилистическому оформлению и графическому дизайну сайта (цветовому решению, шрифтам, ширине дизайн-макета и масштабируемости), компоновке основных элементов (визуальное размещение элементов, информационное наполнение дизайн-макета), параметрам технических средств (диапазон разрешения мониторов, цветовая палитра мониторов), функциональным элементам сайта, элементам навигации и др. На основе сформулированных требований к сайту формируется техническое задание. Этап разработки дизайн макета сайта включает несколько стадий: разработка структуры сайта, разработка образа дизайн-макета, создание HTML-прототипа, юзабилити-тестирование, исправление замечаний по дизайн-макету.

Проведены исследование технологий и средств проектирования структуры сайта (MSVisio, Gliffy.com, MindjetMindManager), прототипа сайта (Pidoco, MockupBuilder, AxureRPPPro, BalsamiqMockups), визуализации дизайн-макета (AdobePhotoshop, GIMP), а также обзор методов и инструментов исследования юзабилити сайтов.

Пригодность к использованию и удобство веб-сайтов изучается при помощи большого количества специальных методов, к которым относятся технологии MouseTracking, EyeTracking, методы экспертной оценки юзабилити (в том числе карточная сортировка, контекстное исследование, обзоры, опросники, экспертная проработка, фиксация «мыслей вслух»), инструменты удаленного модерируемого тестирования, онлайн-инструменты оценки юзабилити (UsabilityHub, Feng-GUI, WebVisor, Loop11, YouEye).

На основании обзора различных методов технологий и инструментов для проведения исследований юзабилити сделан вывод, что использование какого-либо одного средства исследования не будет достаточно эффективным для выявления всех недостатков дизайна

сайта, так как эти методики имеют неодинаковую направленность и решают разные проблемы.

Анализ дизайна сайта на этапе формализации описания позволяет своевременно выявить и предотвратить некоторые ошибки и недостатки. Итогом проектирования без оценки юзабилити может стать сайт, который не является эффективным и удобным в использовании. В таком случае может потребоваться проведение редизайна веб-сайта, которое повлечет за собой финансовые, временные и другие затраты.

На основании проведенных исследований и анализа выработаны рекомендации по составлению технического задания на разработку веб-сайтов, а также рекомендации по этапам разработки дизайн-макета сайта. Данная модель апробирована в проекте «Информационный ресурс секции «Информационные технологии в дизайне» международной всероссийской конференции «Региональная информатика» (itd-ri.ru).

Источники:

1. Корзина М. И., Лысенко В. А., Гурьев А. Т. Модели дизайна: история и тренды. – Санкт-Петербург: «Материалы. Дизайн. Технология.», №1(20), 2012.
2. В. А. Лысенко. Информационная модель дизайна. Региональная информатика-2008 (РИ-2008). XI Санкт-Петербургская международная конференция. Санкт-Петербург, 22-24 октября 2008 г.: Труды конференции \ СПОИСУ. – СПб, 2009. – 316 с. ISBN 978-5-904030-11-7.
3. В. А. Лысенко. // Презентация на XI Санкт-Петербургской международной конференции «Региональная информатика-2008 (РИ-2008)», Санкт-Петербург, 22 - 24 октября 2008 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://umk-itd.sutd.ru/index.php/publicacii>. (Дата обращения: 01.04.2011)
4. Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов.: Пер. с англ. - М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2009. - 368 с. + 8 с. цв. ил. - Парал. тит. англ.

М. И. КОРЗИНА, О. А. КОСТЮЧЕНКО, М. А. ПОТАШОВА, А. А. ЛЫСЕНКО, В. А. ЛЫСЕНКО, А. Т. ГУРЬЕВ, И. С. МАЙОРОВ

Северный Арктический федеральный университет имени М. В. Ломоносова, СПГУТД, Центр электронных ресурсов и технологий

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ИНТЕРФЕЙСА ВЭБ-САЙТА СЕКЦИИ «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ» МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНФОРМАТИКА»

Конференция «Региональная информатика» - это научная международная конференция, которая проводится с 1992 года в Санкт-Петербурге под эгидой ЮНЕСКО при поддержке Правительства Санкт-Петербурга, учредителей и состроителей. Ее целью является обсуждение приоритетных направлений развития информационного общества, рассмотрение практических и теоретических вопросов информатизации и внедрения инфокоммуникационных технологий (ИКТ). В 2010 году в рамках конференции организована секция «Информационные технологии в дизайне» [1].

Для поддержки данного направления был создан интернет-ресурс, который постоянно совершенствуется, так как одним из главных свойств глобальной компьютерной сети Интернет является постоянное развитие сетевых технологий, совершенствование операционных систем и развитие языков программирования. Этот процесс формирует новые мировые стандарты в разработке контента и дизайна сайтов. Сайт должен быть актуален как с технологической стороны, так и в плане внешнего восприятия интерфейса.

Целями информационного ресурса «Информационные технологии в дизайне» являются рассмотрение практических и теоретических вопросов дизайн-образования и внедрения инфокоммуникационных технологий в области дизайна, а также обмен опытом применения информационных технологий в дизайне.

Подход к подаче материала на сайте со временем устаревает и требуется провести редизайн, в результате которого сайт может значительно повысить свою аудиторию и привлечь новых участников конференции.

Редизайн сайта – это обновление или полная смена существую-

щего дизайна. Понятие редизайна также включает в себя обновление интерфейса в соответствии с новыми потребностями и маркетинговыми задачами компании [2].

Эксперты считают, что обновлять дизайн сайта нужно раз в 2 года [2]. В связи с этим было принято решение разработать новое оформление для сайта конференции, а также обновить информационные материалы, внедрить новые интерактивные возможности на сайт, скорректировать структуру сайта и т. д.

Цели и задачи сайта должны в первую очередь определять стиль. С учетом статуса проводимого мероприятия, был выбран классический стиль со стандартным количеством графики с простой двухколоночной структурой [3].

Секрет элегантного внешнего вида состоит в использовании двух или трех хорошо сочетающихся цветов. Такая техника вместе со сдержанностью в оформлении обеспечивает сайту изысканный внешний вид [4]. Для нового дизайна сайта «Информационные технологии в дизайне» использовалась трехцветная гамма: были выбраны основные цвета: черный (#000000), ярко-синий (#0166FE), белый (для основного фона). В качестве дополнительного цвета используется сине-голубой (#0166fe).

Выбранные цвета имеют следующие психологические и семантические характеристики. Основопологающим свойством чёрного цвета, выбранного в качестве фона для статичного баннера в центре интерфейса главной страницы, является свойство композиционно собирать в единое пространство все графические элементы с большим количеством разнообразных цветовых пятен. На эмоциональном уровне восприятия чёрный цвет являет собой созидательность, способность к предсказаниям и предвидениям, а также мотивированное оправданное применение сил. Светло синий цвет, заложенный в основу анимированного баннера и отдельных навигационных элементов, устанавливает баланс между тёмными и светлыми графическими элементами дизайна, а также создаёт настроение покоя и гармонии, вызывает ощущение благополучия. Он ассоциируется с постоянством и задумчивостью, с верностью, надежностью и честью. Синий цвет воспринимают как положительный и мужчины, и женщины.

В качестве шрифтового оформления была выбрана гарнитура,

которая создает сильный визуальный контраст и разработана специально для вывода текста на экран, – Verdana [5]. Элементы на веб-странице помогают посетителям сайта зрительно перемещаться с одного места на другое благодаря правильному размещению текста. Выравнивание каждого фрагмента текста должно быть четким и визуально соответствовать другим текстовым блокам на странице. Текст был отформатирован в соответствии с данными требованиями.

Читатели оценивают ресурс с точки зрения содержательности его текстов, но зрелищное и осмысленное графическое оформление усиливает воздействие контента, повышая его художественную привлекательность. Дизайн сайта на основе трёхцветной гаммы создаёт стильное современное звучание и производит эстетичное, глубокое впечатление. Поэтому красочный анимированный flash-баннер сайта был переделан в более сдержанный по стилю и цвету, а также используемым графическим элементам. Основные цвета заставки – синий и черный, она выполнена на двух языках, содержит подробную информацию о месте и датах проведения конференции. Следует отметить, что анимированный баннер в верхней части интерфейса главной страницы сайта сделан в стилистическом соответствии с имиджевым статичным баннером, отражающим тему информационных технологий в дизайне.

Сочетание всех элементов сайта представляет собой гармоничный, привлекающий взгляд дизайн. Единый размер элементов облегчает их комбинирование и реорганизацию при необходимости. Для дизайна сайта используется F-расположение элементов [6, 7], которое полагается на различные исследования траектории движения глаз пользователя. Эти научные исследования показывают, что веб-серферы читают экран в «F»-макете в следующем порядке: наблюдение вершины, левого верхнего угла и левых сторон экрана. Только иногда акцентируя взгляд на правой стороне экрана. Основные элементы расположены согласно «F»-макету: шапка сайта читается слева-направо по верхнему краю страницы, основное меню расположено по левому краю страницы. Используется прием контраста для ведения взгляда пользователя по странице. Такой визуальный дизайн можно назвать ориентированным на пользователя.

После окончания работ по редизайну сайта проводилось usability-тестирование. Для оценки сайта использовался метод фиксации

«мыслей вслух», пользователи отвечали на вопросы и давали собственную оценку удобства и понятности сайта, то есть тестирование проводилось в форме беседы. Все ответы и комментарии пользователей заносились в специальный протокол. Перед тестированием пользователи были ознакомлены с правилами. Выявленные недостатки оформлены в отчет. Также для оценки сайта использовалась программа IOGraph, чтобы выявить зоны наибольшего внимания пользователей на сайте. В ходе оценки сайта был выявлен ряд проблем и недочетов, которые сейчас дорабатываются.

Информационный ресурс «Информационные технологии в дизайне» отражает итоги проведения секции конференции «Региональная информатика», результаты взаимодействия ведущих ученых и специалистов в области информационных технологий в дизайне, представителей органов государственной власти субъектов Российской Федерации, руководителей и представителей академических учреждений, ведущих университетов, научно-исследовательских, научно-производственных и промышленных предприятий и общественных организаций России и зарубежных стран.

Источники:

1. Региональная информатика. Материал из Википедии - свободной энциклопедии. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org>.
2. Келли Гото, Эмили Котлер. Веб-редизайн. Изд-во: Символ-Плюс, 2007. ISBN: 5-93286-082-0.
3. Я. В. Агеенко. Какие бывают стили дизайна сайтов. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yanajy.com/sdelay-sam/stili-dizajna-sajtov.html>.
4. Бикнер К. Экономичный Web-дизайн / Кэрри Бикнер; Пер. с англ. Д. С. Ремизова. - М.: НТ Пресс, 2005. - 248 с.:ил. - (Школа Web-мастерства). ISBN 5-477-00076-7.
5. Гарретт Дж. Веб-дизайн: книга Джесса Гарретта. Элементы опыта взаимодействия». - Пер. с англ. - СПб.: Символ-Плюс, 2008. - 192 с.: ил. ISBN-10: 5-93286-108-8. ISBN-13: 978-5-93286-108-0.
6. Brandon Jones. Understanding the F-Layout in Web Design, 2012 [Электронный ресурс]. URL: webdesign.tutsplus.com.
7. Steven Bradley. 3 Design Layouts: Gutenberg Diagram, Z-Pattern, And F-Pattern. 2011 [Электронный ресурс]. URL: www.vanseodesign.com.

Н. В. КРАМСКАЯ

Институт архитектуры, дизайна и визуальных искусств

ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ДВУХУРОВНЕВОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ: РОССИЙСКИЙ И ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

С 1 сентября 2011 года, согласно Болонской декларации, российские высшие учебные заведения приступили к обучению по двухуровневой системе. На смену привычным «специалистам» пришли «бакалавры» и «магистры». Педагоги встретили это новшество в штыки. В тех направлениях подготовки, в которых нашлись влиятельные лоббисты, сохранилась проверенная система образования – «специалитет».

Изначально предполагалось, что переход на Болонскую систему даст возможность российским выпускникам конкурировать на мировом рынке труда. Насколько же российская система образования готова к реализации поставленных перед ней задач – направленности образования на всестороннее развитие личности обучаемого, подготовку к непрерывному образованию, обучению методам самообразования, разработке образовательных стратегий и т. д.?

Здесь следует отметить, что прежде российское образование было многоуровневое: помимо школ, дававших единое образование всем гражданам, существовали заведения начального профессионального образования – ПТУ, обучавшие рабочих профессиям; заведения среднего профессионального образования более высокого уровня – в том числе в искусстве и дизайне; институты и университеты. Как правило, университеты давали навыки самообразования и саморазвития, тогда как институты ориентировали на овладение профессиональными навыками в узкой сфере. И эта разница была заметна лишь в наименовании учебного заведения, но не в профессиональной квалификации или степени.

Возможно, задачи всестороннего развития личности, обучения методам самообразования находят решение в технических вузах, но в творческих вузах возникает масса проблем в связи с переходом на двухуровневую систему образования.

В силу того, что я получила дизайн-образование, как в России, так и в Великобритании и преподаю в российском вузе, попытаюсь

сравнить и оценить возможности и перспективы двухуровневой системы дизайн-образования.

В вузах Великобритании весь процесс обучения бакалавров в блоке профессиональных дисциплин интерактивный, живой, очень насыщенный. У меня сложилось впечатление, что задания из года в год не повторяются, а обновляются в зависимости от экономических, политических, культурных и других факторов.

Для того чтобы благополучно перейти на следующий курс, ты должен осилить огромный поток проектов, который буквально ежедневно на тебя обрушивается – это может быть проект на один час: «Разработка шрифтовой гарнитуры на основе полученной формы (объекта)», «Обои для космического корабля», «Камуфляж для городских животных» и т. д.; визуальное мини-исследование – предложения о том, как при помощи дизайнерских средств разрешить ту или иную ситуацию (политическую, экономическую). Проект может быть длительным (на год), связанным с инициированной студентом темой исследования, например: «Влияние цвета на городскую среду». Некоторые проекты непривычны для российских студентов и педагогов: «Передать при помощи дизайнерских средств пять чувств: осязание, обоняние, слух, зрение, вкус», «Пластическая хирургия без хирургического вмешательства», «Упаковка для части твоего тела, которую после смерти ты готов завещать анатомическому музею» и т. д. Многие из проектов, в силу различной ментальности шокировали, но потом представляли собой увлекательный, познавательный процесс.

С первого курса педагоги ориентируют студентов на ежедневное ведение рабочих книг (*work books*), в которых отражен, не только процесс работы над текущими проектами, но и размышления, интересы – это своеобразные дневники дизайнеров. Как ни странно, при поступлении на следующую образовательную ступень или приеме на работу вас могут попросить показать именно рабочие книги. Возможно, в какой-то степени это аналог наших пояснительных записок, но в более свободной и творческой форме. В принципе, рабочая книга для британского студента – это «банк идей»!

Кроме того, в течение учебного года студентам предлагается участие в многочисленных проектах, интегрированных в другие специальности, в конкурсах и выставках. Например, могут быть совместные

проекты со студентами, обучающимися на другом профиле: на дизайне костюма или индустриальном дизайне, что дает возможность получить представление о смежной специализации.

Студенты находятся в процессе работы над несколькими проектами, таким образом, их адаптируют к дальнейшей профессиональной деятельности. Педагоги должны постоянно находиться в курсе событий, погружая студентов в современный поток информации. Первостепенной задачей является научить мыслить студентов, любимая фраза моих педагогов была: «и мартышку можно научить нажимать кнопки» – что означало: первостепенны идеи, а под свою идею можно найти и способ воплощения. Компьютерные программы, способы печати, различное оборудование мы осваивали в контексте какого-либо проекта, в котором были заданы определенные технические требования.

В британской системе образования существует один блок профессиональных дисциплин, собственно, один предмет, например индустриальный дизайн, графический дизайн, в отличие от российских вузов, где основной предмет дизайн-проектирование должен конкурировать с академическим рисунком, академической живописью и т. д. И результат не заставляет себя ждать: российский студент-бакалавр направления Дизайн порой не способен сделать дипломный проект, хотя может написать обнаженную модель или портрет. Двухуровневая система – это более гибкая модель, и российской системе образования не так уж просто на нее перестроиться в силу некоторых стереотипов. Сегодня преподаватель вынужден менять содержание своих лекций, занятий, изменять учебно-методические комплексы, ежегодно разрабатывать новые рабочие программы, хотя раньше пользовался одними и теми же методическими наработками из года в год. Для того чтобы заинтересовать студентов, преподаватель сам, прежде всего, должен быть в курсе современных тенденций, событий, благо интернет в свободном доступе. Западная система образования заставляет постоянно самообразовываться, экспериментировать, не бояться ошибок, подстраиваться под изменчивый мир, иначе утратишь конкурентоспособность.

В российской системе дизайн-образования преобладает не развивающий, а обучающий ремесленный подход – студенты имеют хорошие технические навыки – работают во многих компьютерных про-

граммах, могут написать классический натюрморт, но то, что касается поиска идей – с этим возникают проблемы, поскольку преобладает аналоговое мышление. Если студент не посмотрелся картинок «по заданию», то в принципе не в состоянии творить, чего нельзя сказать о студентах вузов Великобритании – у них, так же как и в творчестве Карима Рашида, существует принцип жить и создавать сегодня и для сегодняшнего дня. Проектировать то, что было актуально вчера, уже не интересно, а завтра еще не определено.

Для поступления на следующую образовательную ступень (магистратуру) британский студент проходит собеседование по портфолио и пишет эссе на тему будущего магистерского исследования. Магистратура – уже более серьезное и узко специализированное направление в образовательной системе, связанное с научной деятельностью. К данному уровню образования творческие российские вузы в большинстве своем совсем не готовы, что связано не только с недостаточно квалифицированным профессорско-педагогическим составом, а еще и с тем, что на данном этапе вузы продолжают готовить фактически «специалистов», хотя к степени магистров предъявляются более высокие требования.

Одним из основополагающих принципов является самомотивация студента в процессе самообразования. Немногие студенты готовы к саморазвитию без мотиваторов со стороны. Педагоги в магистратуре только корректируют и направляют студентов, поскольку магистратура – это сознательный выбор индивидуума. Пока создается впечатление, что российские студенты идут в магистратуры безыдейно, им кажется, что со степенью бакалавра студент будет выглядеть недоучкой в глазах родителей и окружающих. Так некоторое время назад относились и к выпускникам училищ.

Видимо, должно пройти какое-то время, чтобы появились положительные результаты, чтобы общество привыкло к тому, что бакалавр в дизайне – это готовый профессионал в своей сфере. А магистр – это квалифицированный дизайнер и теоретик профессии.

В. С. КРОХАЛЕВ

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН XXI ВЕКА – СРЕДСТВО ГУМАНИЗАЦИИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ОБЩЕСТВА

Чем сегодня является промышленный дизайн, чьим интересам он служит? В опубликованной в 1957 г. книге американского архитектора, дизайнера и теоретика Джорджа Нельсона «Проблемы дизайна» современная на тот момент ситуация в западном промышленном дизайне описывается как целенаправленное построение «цивилизации суперкомфорта» – нового навязанного дизайном и рекламой уклада жизни. Характерной чертой этого уклада была известная избыточность быстро устаревающих промышленных товаров, имеющих спекулятивно фальшивый вид. В такой системе, дизайну была отведена роль обслуживающего механизма, удовлетворяющего интересы корпораций, а все гуманистические концепции н. XX в. оказались вытеснены экономическими показателями. Насколько критика системы промышленного дизайна середины XX в. актуальна для современного западного дизайна? Остаётся ли дизайн инструментом создания «цивилизации суперкомфорта»?

Развитие коммерческих концепций в промышленном дизайне сегодня однозначно связывают с ростом промышленных производств в США 1930-х гг. и возникновением, так называемого американского или американизированного общества, общества сверхпотребления. Потому именно американские теоретики и практики дизайна первыми обратили внимание на негативные тенденции в дизайнерской деятельности и выступили с резкой критикой идеалистичных европейских теорий. Джордж Нельсон как практик американского коммерческого дизайна впервые столь подробно описал взаимодействие дизайна и бизнеса. Это, казалось бы, очевидное взаимодействие порождает массу сложностей в практической деятельности дизайнера. Так, например, другой известный теоретик дизайна Ф.-Ч. Эшфорд со знанием дела пишет о том, что прежде чем продать товар потребителю, необходимо сначала продать его оптовым торговцам и распространителям. Это означает, что предпочтения последних становятся

для дизайнера едва не важнее вкусов непосредственных потребителей. Сам Нельсон в своей книге «Проблемы дизайна» «сознательно снимает преувеличение гуманистической роли дизайна» [1, стр.46] и называет его обслуживающей профессией. Для Нельсона главной проблемой остаётся давление, оказываемое со стороны корпораций, для которых безусловным показателем эффективности работы дизайнера являются рост продаж продукции и конечной прибыли. Умышленное применение материалов и технологий, приводящих к скорой утрате изделием товарного вида или поломке, частая смена модельного ряда, декоративизм и другие особенности реальной дизайнерской деятельности оказались в очевидном противоречии с гуманистическими концепциями в Европе. Если привести в пример концепцию Braun-стиля, созданного выпускниками возрождённой во второй половине XX в. Ульмской школы, сложно не заметить её идеалистичный характер и оторванность от реальности. Сама компания Braun, пропагандируя выверенность, чистоту и долговечность дизайна, регулярно обновляла десятки моделей своих электробритв, казалось бы, уже имеющих идеальный долговечный дизайн.

Современное общество потребления в глобальном рассмотрении продолжает традиции американского общества 1930-х гг. в его стремлении к «цивилизации суперкомфорта». Проблемы дизайна, возникшие в н. XX в. в США, не потеряли своей актуальности, а с укреплением роли дизайна в мировой экономической системе, только усилились. Но в действительности, стал ли дизайн исключительно эффективным способом продажи продукции?

Джордж Нельсон, отвечая на этот вопрос, проводит своеобразную аналогию между «расточительностью» дизайн-индустрии, создающей излишки продукции, с условной расточительностью природы: «...рыба мечет несметное количество икринок, но только из немногих рождаются мальки и достигают зрелости; дуб роняет множество желудей, но лишь из ничтожного их процента вырастают деревья... Может быть, базирующееся на промышленности общество находится на такой стадии развития, когда наивысшая производительность достигается посредством того, что на первый взгляд выглядит как расточительство?» [2, стр.957-958]

Таким образом, быстрая сменяемость и устаревание промышленных изделий, по мнению Нельсона, закономерное явление, обуслов-

ленное, в том числе, и человеческой потребностью в обновлении и развитии. Итальянский дизайнер Джио Понти так описал эту тенденцию к разнообразию окружающего предметного мира: «Стандартизация – только примитивная стадия производства...«Стиль» – это не вершина языка форм; нет, это паралич языка формы, иногда грандиозный паралич» [1, стр.41]. В качестве ещё одного оправдания существующей системы сверхпотребления и сверхпроизводства, Нельсон приводит тот факт, что насыщенность рынка продуктами дизайна, делает их более доступными. Так, бум автомобилестроения в США позволил заполнить внутренний рынок недорогими поддержанными авто, тем самым удовлетворив потребности малообеспеченных слоёв населения. Схожая ситуация произошла на рынке мобильных телефонов в к. XX – н. XXI вв. Если сверхпроизводство и сверхпотребление могут быть оправданы, как неотъемлемый этап развития общества, то какая роль в этом процессе отведена дизайнеру? Нельсон говорит о честности и ответственности в дизайне и выделяет два вида дизайнеров – «пленные» и «независимые». По его мнению, «независимый» дизайнер должен сам решать, за какой проект ему браться, а от какого стоит отказаться, каким должен быть дизайн спроектированного им изделия. ««Пленный» дизайнер является, прежде всего, служащим» [1, стр.46].

Европейский критик дизайна Джон Глоаг в своей книге «Объяснения промышленного искусства» писал: «Это может быть очень хороший ум; но как бы он не был изобретателен, как бы он не был гибок, он неизбежно застынет, если будет постоянно связан...с одной определённой отраслью промышленного производства» [1, стр.32]. Сам Нельсон не делает вывода о преимуществе независимых дизайн студий перед дизайнерскими бюро внутри фирм-производителей, но если сопоставить его определение «независимых» дизайнеров с цитатой Глоага, это становится практически очевидным. Действительно, специалисты независимой студии имеют несравненно большую свободу, как в выборе проектов, применяемых художественных средств, так и в финансово-деловых отношениях.

Наличие постоянных дизайн-бюро в крупных компаниях-производителях сегодня объясняется необходимостью сохранения конфиденциальной информации. Отсюда возникший парадокс: социально-ориентированный и авторский дизайн нашёл своё место в небольших

компаниях с малыми тиражами выпуска продукции, одновременно с этим, международные корпорации выпускают относительно однообразную стандартизированную продукцию. «Пленные» продолжают обслуживать «цивилизацию суперкомфорта», а задачи гуманизации окружающей среды и эстетического воспитания общества в большей степени взяли на себя «независимые» дизайнеры. Опираясь на теорию Джорджа Нельсона о развитии нашего общества, можно сделать вывод о том, что в скором времени соотношение двух видов дизайна будет сбалансировано в пользу последних.

Источники:

1. Глазычев В. О дизайне: очерки по теории и практике дизайна на Западе [Текст] / В. Глазычев. – М.: Искусство, 1970. – 190 с.
2. Вершинин Г. В. Хрестоматия по дизайну [Текст] / Г. В. Вершинин. – Т.: Институт дизайна, 2005. – 1054 с.
3. Михайлов С. История дизайна [Текст]: в 2 т. Т. 1.: Становление дизайна как самостоятельного вида проектно-художественной деятельности / С. Михайлов. – М.: Союз Дизайнеров России, 2002. – 270 с.
4. Михайлов С. История дизайна [Текст]: в 2 т. Т. 2.: Дизайн индустриального и постиндустриального общества / С. Михайлов. – М.: Союз дизайнеров России, 2003. – 270 с.

М. М. КРЮКОВ

Свердловское художественное училище им. И. Д. Шадра

110 ЛЕТ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА УРАЛЕ. ОТДЕЛЕНИЕ ДИЗАЙНА НА БАЗЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО УЧИЛИЩА ИМ. И. Д. ШАДРА

В 2012 году Екатеринбургское художественное училище имени Ивана Дмитриевича Шадра отмечает свою 110-ти летнюю годовщину. Идея создания в городе подобной школы родилась еще в 1887 году, во время Урало-Сибирской научно-промышленной выставки. Вскоре после завершения работы выставки, совместными усилиями земской, ремесленной и мещанской управ, при Екатеринбургском городском реальном училище открылись воскресные классы рисова-

ния и черчения. Первоначально новообразованное учебное заведение носило статус Екатеринбургской художественно-промышленной школы, сыгравшей важную роль в становлении художественного творчества на Урале. В наши дни Художественное училище, носящее имя одного из известнейших своих выпускников, скульптора Ивана Шадра, является базой для подготовки уральских художников. Фундаментальность подготовки, глубокий профессионализм, опора на традиции академического рисунка и русской реалистической школы живописи лежат в основе обучения будущих мастеров. Вот уже более века Художественное училище хранит и развивает традиции русской художественной школы.

Постепенно, помимо основных специальностей (живопись и скульптура), были открыты театрально-декорационное, анимационное, реставрационное и художественно-оформительское отделения. Последнее было открыто в 1960-м году и через два года (уже как отделение дизайна) будет праздновать свой юбилейный пятидесятый выпуск.

За это время программа и методика обучения претерпели множество изменений, шагая в ногу со временем и отвечая современным тенденциям и потребностям рынка. Но, при этом, были сохранены традиции и основы академической школы, направленные на воспитание художественного, профессионального и эстетического развития будущих специалистов.

В наши дни специальность дизайн в училище имеет два направления – графический дизайн и дизайн среды, со сроком обучения на обоих отделениях три года десять месяцев. Студенты изучают наряду с предметами общеобразовательного и гуманитарного циклов общепрофессиональные дисциплины: рисунок, живопись, цветоведение и колористику, пластическую анатомию, историю изобразительного искусства, специальные дисциплины: шрифты, технику графических работ, основы художественного проектирования, проектную графику и макетирование, современные компьютерные технологии и материалы.

Профессиональные навыки студенты закрепляют на производственной и преддипломной практиках, которые проходят на предприятиях и фирмах города. Кроме того, студенты 2 курса выезжают на летнюю практику (пленэр) на собственную учебно-творческую базу

училища в селе Чусовое Шалинского района Свердловской области. Студенты 3 курса для ознакомления с памятниками изобразительного искусства и архитектуры проходят музейную практику в городе Санкт-Петербурге. В программу практики входит посещение Эрмитажа, Русского музея, музейных комплексов Павловска, Пушкина (Царское село), Исаакиевского и Казанского соборов, Спаса-на-крови и других памятников архитектуры и культуры.

Первый курс обучения, в основном, посвящен основам композиционных навыков и развитию графического стилизованного мышления. Второй курс посвящен макетированию и в то же время студенты делают свои первые проекты, знакомятся с понятием стилистического единства. На третьем курсе проекты максимально приближаются к реальности, носят ярко-выраженный, четко сформулированный образ, максимально отвечающий характеру выбранных тем. На четвертом курсе выполняется дипломный проект, чаще всего имеющий реального заказчика и последующее воплощение.

В последнее время училище старается сотрудничать с предприятиями, делая и реализуя интересные проекты, что дает студентам возможность прямого общения и контакта с заказчиком, делает их более ответственными и целеустремленными. Так сейчас согласовывается сотрудничество с музеями области. В прошлом году студенты во главе с педагогами плодотворно работали со Свердловским областным фильмофондом. Прошел конкурс социального плаката, где студенты училища проявили себя очень активно и показали свою заинтересованность в зрителе и оценке их работ. В конце октября планируется еще один конкурс, к которому готовится еще большее количество участников. Студенты отделения «Дизайн» принимают активное участие во всех художественных акциях города, конкурсах, просветительских проектах. По заявкам администрации города и района студенты выполняют дизайн – проекты по оформлению административных помещений и офисов.

С каждым годом студентов знакомят все с большим пакетом графических программ, расширяется их возможное поле деятельности. Педагоги стараются организовывать мастер классы, посещения учащихся выставок, презентаций и бьеннале.

Не смотря на то, что многие выпускники работают по специальности уже после окончания училища, основной задачей мы ставим

перед собой подготовку не кадров, а хорошо сформированного студента высшего учебного заведения. Учащегося, который, не столкнувшись с базовыми проблемами (композиция, понятие о цвете, графические программы и пр.), может получать более высокие навыки, с большим успехом и быстротой схватывать материал и развиваться не просто в техническом, но и в творческом плане.

Наше училище всегда готово к творческому сотрудничеству и имеет огромный и, как показывает время, неиссякаемый потенциал в виде молодых, талантливых и амбициозных людей, только начинающих свой творческий и профессиональный путь, но уже готовых заявить о себе.

Н. С. КУЛИКОВА, М. М. КРЮКОВ

Свердловское художественное училище им. И. Д. Шадра

АКАДЕМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ПРИНЦИП ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Дизайн как профессия относительно молодое явление. В процессе его становления принято выделять два этапа: Российское (ВХУТЕМАС) и Германское (БАУХАУЗ). На опыте ВХУТЕМАСа-БАУХАУЗа основываются образовательные концепции всех мировых школ дизайна. На протяжении всего XX века базовыми знаниями дизайна считалась пропедевтика: элементарные вводные курсы, позволявшие научиться видеть простое в сложном, раскладывать сложные формы на простейшие первоэлементы, а жизнь человека на функциональные процессы. Но все меняется с достижениями научно-технического прогресса, на смену модернистскому дизайну приходит постмодернистский, с его компьютерными технологиями, открывающими новую культурную эпоху. Научно-технический прогресс идет к тому, что во многих отраслях жизни людей компьютер сможет полностью заменить человека, но это не может касаться дизайна, ведь то, что может сгенерировать человеческий мозг с его воображением, компьютеру пока не подвластно. Компьютер во многом помогает и существенно ускоряет работу дизайнера, у него появляется все больше новых возможностей, но недостаток этих возможностей в том, что

уже в наше время, к сожалению, назвать себя дизайнером пытается любой человек выучивший ряд графических программ. Думая, что может составить конкуренцию образованным дизайнерам, он насыщает рынок попросту некачественным товаром. Ведь дизайн должен быть не просто передачей информации, но и очень конкретным методом влияния и воздействия на человека или определенную группу людей. Дизайнер, хочет он того или нет, создавая предметную среду, наделяет ее своими индивидуальными особенностями, знаниями, мировоззрением. Вещь становится отражением его культурных ценностей и символов. Проектируя предметно-вещественную среду, дизайнер не только отвечает требованиям человека, но и формирует его поведение, образ мыслей, эмоциональное состояние. Тем парадоксальнее, что именно заказчик, для которого дизайн зачастую – это бесконечное число декоративных элементов, «креативных» шагов, сложных форм, сегодня является, если не автором, то соавтором проектов. И дизайнер, не обладающий нужными знаниями, академической базой, только потворствуют этому, заполняя свои проекты ненужными элементами и украшениями, которые не несут в себе никакого функционального и семантического смысла. Не зная, что «любое украшательство лишено пользы, если не напоминает что-либо за пределами самого себя». Заказчик платит деньги за дизайн и получает собрание модных штампов и заученных алгоритмов, все то, что может дизайнер, знающий пакет графических программ, но не приобщившийся к ценностно-смысловому потенциалу своей культуры. Поэтому особенно актуальным становится принцип – «форма следует функции», при этом сама форма не статична, она изменяется вместе с обществом, отвечает его желаниям и потребностям. В наше время дизайн все больше обрывает функцию, все больше становится необходимостью, потому что мы не видим себя «в каменном веке», мы хотим окружить себя красивыми и нужными вещами. Дизайн позиционирует себя как некая современная утилитарная форма искусства, давно доказавшая необходимость в ней общества и ставшей частью культуры.

Современное образование с одной стороны ориентировано на инновационность, технологичность, унифицированность, с другой следует определенной культурной традиции, сохраняя и развивая ее. Каждая наука (научное знание) опирается на огромную базу, соз-

данную давно и постоянно пополняемую, для дизайна этой базой являются художественные и архитектурные традиции. Основываясь на них дизайн, становится сильным самостоятельным направлением, способным не только создавать окружающий нас предметный мир, но и позволяет проанализировать всю предшествующую культуру, изменить существующую и сконструировать новый мир технологичный, функциональный, целесообразный. Получая художественное образование, дизайнер, не лишается свободы в творчестве и воображении, не начинает мыслить только лишь классическими штампами, напротив, оно является крепкой основой для всей его будущей проектной деятельности. Традиции не отрицают способности культуры к обновлению, но для того, чтобы это обновление происходило в естественной для нее среде, и в правильном направлении, новые поколения должны усвоить знания предшественников. Четкая по стилистике, по пластике графика, цветоведение, колористика, развитие эстетического, творческого начала, все это, в совокупности, делает человека интеллектуально подкованным, гибко и неординарно мыслящим. Дизайнер может работать на массовое производство, или заниматься эксклюзивным элитарным дизайном, в любом случае он создает творческие концепции, где он применяет свои комплексные знания о цвете и его воздействии на человека, о сочетании линейной и тоновой композиции, о конструкции и материалах, о технических и эргономических нюансах. Не опираясь на знания своих предшественников, не используя их опыт и достижения, он тратит свой потенциал на решение задач, ставших теоремами, не требующими более конкретного доказательства.

Средне-специальное художественное образование, в свою очередь принимает участие в формировании дизайнера как всесторонне развитого специалиста, способного аккумулировать полученные знания, эффективно применяя их в своем дальнейшем обучении. Этот этап помогает легче адаптироваться, лучше воспринять образование высшего учебного заведения сразу на высоком уровне, без постоянных повторов информации, навыков. И самое главное, что в процессе учебы человек может оглядеться и сделать выбор четкого направления, для дальнейшего изучения. Академическая школа дает нам специалиста владеющего не только ручной графикой, но и специалиста знающего академические традиции и умеющего применять их и

спроецировать на современную проектную деятельность. Что в свою очередь позволит решить такую проблему как, например, отсутствие современного русского стиля. Поскольку на данный момент нет его сформировавшихся характерных черт, а те его элементы, которые время от времени появляются в дизайне, чаще в моде, носят мимолетный характер.

В настоящее время дизайн проходит свое становление как вид деятельности со своей историей, теорией и методологией. И, как вид, который только сформировался, рассматривается в контексте тех видов деятельности, из которых он взял свое начало. На данный момент эти связи очень прочны и дизайн принято рассматривать как часть архитектуры или искусства. Возможно, в последствии эти связи еще более упрочнятся, возможно, дизайн уйдет в маркетинг и будет работать на массовое потребление, сбыт. А может быть, синтезировав все накопленные людьми знания не только в художественном искусстве и архитектуре, но и в физике, математике, инженерии и других науках, достойно займет свое место в будущем человека как нечто универсальное, имеющее совершенно новую неповторимую природу. Какими бы не были дальнейшие пути развития дизайна, художественное училище старается подготовить своих выпускников не только к изменениям окружающей среды, но и учит отслеживать новые тенденции, соответствовать им и создавать новые.

И. И. КУРАКИНА

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ЭТНО КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ В ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ И МАГИСТРОВ ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ

В настоящее время в моде в коллекциях, создаваемых зарубежными и российскими дизайнерами одежды, наблюдается тенденция использования национально-культурных традиций, в том числе русского наследия в качестве источника вдохновения. Это происходит далеко не случайно. Наш мир нестабилен, в своём культурном наследии человечество ищет защиты. Осознание себя частью великой культуры помогает выжить, почувствовать уверенность в завтрашнем

дне. Обращение к своим корням, истории и культуре позволяет найти психологическую опору в нестабильном, наполненном негативными событиями мире. По словам академика Д. С. Лихачёва «для жизни человека не менее важна среда, созданная культурой его предков и им самим».

Велика роль дизайнера в формировании социальных изменений в обществе, а дизайнера одежды, в частности, в формировании облика человека, ведь нигде так, как в одежде слились воедино два человеческих начала: духовное и материальное.

Нет необходимости в доказательстве важности использования русских этно-культурных традиций в воспитании и формировании личности российского дизайнера одежды и последовательного введения соответствующих тем в учебную программу.

На кафедре дизайна одежды Уральской государственной архитектурно-художественной академии в учебные программы таких предметов как музейная практика, дизайн-проектирование, дипломное проектирование, имеющих тесные межпредметные связи, последовательно включены темы, связанные с знакомством, изучением и использованием в качестве творческого источника русского культурного наследия.

Предмет музейная практика даёт возможность познакомиться с подлинными образцами русского искусства через посещение музеев и выставок, выполнения зарисовок, изучения приёмов художественного оформления. В искусстве создания костюма значение богатств, накопленных веками, особенно велико. Это в полной мере относится к народному искусству. Образцы одежды, обуви, создававшиеся на протяжении многих веков, являются неотъемлемой частью материальной культуры. Художник-новатор неизбежно соприкасается с художественными традициями, сложившимися в национальном искусстве. Музейная практика в Санкт-Петербурге, в музеях которого сосредоточены памятники русского народного искусства и костюма, изучение экспозиций музеев Екатеринбурга и др. уральских городов - Нижнего Тагила, Невьянска и т. д. (что очень важно для знакомства с региональными этно-культурными традициями), дают возможность собрать материал, который возможно использовать при проектировании моделей модной одежды.

Особенностью учебной программы по проектированию костюма

на кафедре является то, что в программе значительное место уделяется проектированию одежды для детей разных возрастных групп. Перспективность и значение для будущего данного направления проектирования велико. Одежда во многом способствует воспитанию художественного вкуса, эстетических принципов, через неё можно привить любовь и уважение к культурному наследию своего народа. Именно в детском возрасте благодаря своей природной любознательности ребёнок наиболее ёмко впитывает информацию об окружающем его мире, что очень важно для формирования его нравственных качеств, правильного эстетического восприятия действительности, отношения к миру.

Традиции использования элементов народного костюма в современном модном костюме уходят в далёкое прошлое. В 70-х гг. XIX века в моде возник интерес к пока не использованному народному художественному творчеству. Произошло это благодаря представлению о нации как о неповторимой индивидуальности. Этнография давала источники для костюма как взрослого, так и детского. В Европе стало модным одевать детей в иностранные национальные костюмы. Причём, наибольшее распространение среди прочих костюмов получили русская косоворотка с шароварами и сапогами. Через 100 лет в моде мы наблюдаем взрыв интереса к наследию культур разных народов — индийской, русской, английской и др. Фольклор прочно занял место среди модных трендов. В рамках предмета дизайн - проектирование использование источников, связанных с русским народным искусством и костюмом, предлагается в рамках темы «Стили в детской одежде» при проектировании гардероба школьника в фольклорном или этническом стиле. Стиль является важной характеристикой как взрослого так и детского костюма. Фольклорный стиль использует мотивы народного костюма, этно - смешивает элементы народной одежды и прикладного искусства. Характеризуются сложным кроем, декоративностью, применением различных видов художественного оформления. При создании современной одежды элементы народного костюма, декора должны сочетаться с модной формой. Необходимо изучить направление моды, аналоги. Выявить определённые характерные формальные и образно-художественные признаки стиля, существующие как основа в каждом стиле (силуэтные и конструктивные линии, детали, декоративное и цветовое ре-

шение). При создании эскизов модной одежды, при обращении в качестве творческого источника к народному костюму, может быть использован крой, характерный для народной одежды, элементы декора, цветовые сочетания.

Русские традиционные приёмы декорирования предлагается использовать при создании кроев тканей, выполненных в материале, и эскизов моделей женской или мужской одежды с их использованием. Характер орнамента, традиционного для русского костюма, приёмы декорирования привлекали художников- модельеров с самого зарождения индустрии моды. Знакомство с примерами использования русского культурного наследия в творчестве Поля Пуаре, Ив Сен-Лорана и др. знаменитых кутюрье даёт возможность познакомиться с блестящими авторскими их переработками. Заслуживает внимание и опыт использования традиций народного творчества русских художников- модельеров. Так, например, Надежда Ламанова, первой обратившаяся в практике создания современного костюма к русскому народному костюму и его элементам, была привлечена его целесообразностью, красотой и возможностью использования в современной одежде для трудящихся. Увлечение Вячеслава Зайцева народным костюмом стало основой его творческого стиля. Он создал огромное количество моделей под влиянием русского искусства или русского народного костюма. Источники самые разные - мотивы крестьянской одежды, вологодское кружево, русская деревянная архитектура и т. д. Талантливые русские художники - модельеры - Г. Гагарина, Е. Иванова, Т. Осмёркина, Е. Стерлигова, Л. Телегина создавали модели, используя русские народные традиции, а также Дарья Разумихина, Денис Симачёв и др. Знакомство с аналогами использования русского культурного наследия в творчестве известных дизайнеров прошлого и современных дизайнеров может послужить отправной точкой для нового оригинального решения использования русских традиций в современном костюме.

Темы, связанные с русскими этно-культурными традициями, разрабатываются также и при проектировании дипломных коллекций моделей одежды при защите на степень бакалавра и магистра. Полученные знания по изучению русского культурного наследия и навыки по использованию их в качестве творческого источника, успешно применяются в дальнейшей профессиональной деятельности

дизайнера одежды.

Источники:

1. Г. М. Гусейнов, В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова и др. Композиция костюма -М.: Издательский центр «Академия», 2003.
 2. Н. М. Калашникова. Народный костюм - издательство «СВАРОК И К» 2002.
 3. Т. Стриженова. Из истории советского костюма М. Советский художник, 1972.
-

В. А. КУРОЧКИН

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

КОНЦЕПЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОГО РЕШЕНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ УРАЛЬСКОГО МУЗЕЯ ДИЗАЙНА В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

Во многих развитых странах уже давно существуют музеи дизайна. Хельсинкский музей дизайна был основан в 1873 году как учебная коллекция школы прикладного искусства. Это первый музей дизайна в Скандинавии и один из старейших музеев такого рода в мире. Музею дизайна Vitra уже более двадцати лет и он существенно способствовал формированию и распространению дизайна [1]. Происходит постоянное совершенствование и дальнейшее развитие экспозиций музеев, а также расширение их сфер деятельности. Возникают новые музеи, так в Лондоне, несмотря на то, что музей дизайна работает уже давно, будет создан новый и размещен в бывшем здании Института Содружества в западной части города [2]. Концепция нового Московского музея дизайна предполагает размещение этого учреждения в бомбоубежище, а нести свет передовых идей в широкие массы устроители предлагают посредством передвижных мини-выставок – в автобусе. [3]

Создание Уральского музея дизайна обусловлено необходимостью для России занять передовые позиции среди мировых лидеров не только за счет производства и экспорта сырья, но и повышения своего научно-технического потенциала, развития высоких технологий и уникального инновационного дизайна. Для этого Урал имеет

такие предпосылки как качественный интеллектуальный потенциал, сложившуюся школу Уральского дизайна, развитую научно-образовательную структуру, богатые традиции решения масштабных научно-технических проблем. Уникальность нового музея в том, что это будет первый специализированный музей дизайна в России.

Новизна музейного комплекса будет заключаться в комплексном отражении прошлого, настоящего и будущего дизайна на основе современных принципов и методов художественного проектирования, а также на базе последних достижений науки в получении новых знаний, их распространении и внедрении в производство.

Этот музей будет не просто хранилище и выставка артефактов, а многофункциональное учреждение культуры, образования и науки, ведущее кроме научно-исследовательской, реставрационной, экспозиционной деятельности, все более значительный объем научно-методической, культурно-просветительской, образовательной работы. Кроме того, музей – это и досуговый центр, где любой посетитель может получить условия для отдыха и развлечения, развития духовного и творческого потенциала.

Социальная миссия этого музея будет заключаться прежде всего в повышении культурного уровня населения, приобщении детей и молодежи к социальным и эстетическим аспектам окружающей действительности, профессиональной ориентации подрастающего поколения, в осознании целесообразности использования методов дизайна для выпуска отечественной продукции и формирования среды обитания регионального сообщества.

Своеобразие экспозиции музея дизайна на Урале в том, что в ней будет отражена история и современное состояние дизайна в регионе. А для этого необходимо выявить характерные региональные особенности в этой сфере деятельности.

Во-первых, важным фундаментальным аспектом является историческое наследие горнозаводской промышленности: промышленная архитектура, станки, инструменты и чертежи. Это богатое историческое прошлое, а также наличие современных промышленных комплексов Уралмаш, Химмаш, Эльмаш и т. п. отчасти и определило ведущее направление дизайна в регионе – индустриальный.

Во-вторых, деятельность УФ ВНИИТЭ, ориентированная в основном на тяжелое машиностроение. Причем в системе этой структуры

уральский филиал занимал одно из лидирующих мест.

В-третьих, Уральская школа дизайна, в лице кафедры «Индустриального дизайна» (первоначальное название «Промышленное искусство»). Если, в начале, учебно-проектная деятельность была также направлена на тяжелое машиностроение и специальные виды транспорта (шагающие экскаваторы, трактора, станки и промышленные роботы), то в настоящее время она переориентирована на инновационный креативный дизайн [4].

В-четвертых, уральский конструктивизм, представленный в Екатеринбурге сохраненными памятниками, являющимися уникальными архитектурными объектами, которые привлекают внимание отечественных и зарубежных теоретиков и практиков архитектуры и дизайнера.

Художественная концепция экспозиции музея может быть построена на сочетании стилевых приемов конструктивизма и супрематизма с мотивами индустриального техно (хай-тека). Объемные инсталляции, арт-объекты, заставки к видеопрезентациям, элементы фирменного стиля и графическая навигация могут быть решены в едином стилевом ключе, что придаст целостность и единство экспозиции. Причем в начальной исторической части экспозиции музея формообразующие и колористические приемы могут быть брутальными и лаконичными, то в разделе «Будущее дизайна» должны появиться новые современные материалы, световые эффекты, более утонченная композиционная структура, новые стилевые мотивы хай-теха, оп-арта и даже биоморфная пластика. Футуристические образно-композиционные доминанты придадут эмоциональность и выразительность экспозиции музея.

Один из возможных приемов зонирования музейной экспозиции – цветовое кодирование. Мотив цветового круга, развернутого по периметру выставочного зала позволит четко зонировать экспозицию музея и поможет облегчить ориентацию в сложной структуре пространства. Возможен вариант ахроматического решения интерьера музея с применением одного акцентного цвета. В этом случае вариативность образного решения зон может выстраиваться за счет пропорций колористического решения, пластики и силуэта цветового пятна, композиционно-графических приемов (динамика, ритм, растр и т.п.), способа привнесения цвета (например, цветной свет) и т. д.

В разделе «Будущее дизайна» будут представлены перспективы и тенденции развития дизайна, различные концептуальные проекты, отражены инновационные материалы и технологии, энергосберегающие технологии, экологические принципы и другие направления. Эмоционально-образное решение экспозиции музея создаст уникальную среду для формирования социально-эстетического аспекта у регионального сообщества.

Источники:

1. 20 лет музею дизайна Vitra. [Электронный ресурс] // Сайт Studio linia. - Екатеринбург. - 2009.
2. Arriving in 2014. [Электронный ресурс] // Сайт New design museum. - London, - 2012.
3. Музей по вызову. [Электронный ресурс] // Сайт Design-union.ru - С-П, - 2012.
4. Е. С. Горонков. Зарождение и становление дизайнерского образования на Урале. Архитектон. – Екатеринбург, - 2011. – 110 с.

Н. Н. ЛИЧМАНЮК
ВГУЭС

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И НОВАЯ ИЕРАРХИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ А. МАСЛОУ

Каждая культура есть способ творческой самореализации человека. Поэтому постижение иных культур обогащает нас не только новым знанием, но и новым творческим опытом. Культура, поскольку она является продуктом человеческой деятельности, не может существовать вне общности людей. Культура общности не является простой суммой культур отдельных личностей, она сверхиндивидуальна и представляет собой совокупность ценностей, творческих достижений и стандартов поведения общности людей. Культура - единственная сила, формирующая человека как члена общности.

Ценности служат социальными индикаторами качества жизни, а система ценностей образует внутренний стержень культуры, духовную quintessence потребностей и интересов индивидов и социальных общностей. Система ценностей, в свою очередь, оказывает

обратное влияние на социальные интересы и потребности, выступая одним из важнейших стимулов социального действия, поведения индивидов. В культуре каждой общности приняты определенные системы ценностей и соответствующая иерархия. Иерархия основных потребностей человека А. Маслоу: пять иерархизированных уровней потребностей: физиологические; безопасности и самосохранения; общения и любви; самоутверждения и признания; самоактуализации.

Потребности одновременно являются и целями человека т. е. они динамичны. Высшей потребностью А. Маслоу считал самоактуализацию - желание самовыражения, реализации своих потенциальных способностей и непрерывное совершенствование их. Это потребность в творчестве и красоте. «Это не только конечное состояние, но и процесс актуализации своих возможностей». Одним из моментов самоактуализации являются высшие переживания - это радость творчества, объединяющая ученого, художника, изобретателя - «мгновения экстаза, которые нельзя купить...».

Японское общество ставит коллектив выше личности. Здесь фирмы охотно исследуют новые знания, поступающие от поставщиков, клиентов, посторонних специалистов, даже конкурирующих фирм. Это чувство коллективной ответственности распространяется в Японии на отношения как между людьми, так и между компаниями. Инновации в Японии прочно опираются на личную преданность сотрудников, их тождества с компанией и ее деятельностью. Создать в западной компании такой же уровень лояльности и преданности почти не возможно [1].

В сильной организационной культуре хорошо работает механизм трансформации целей компании в персональные цели руководителей и сотрудников (иерархия целей организации). Инновация требует радикального подхода: не индивидуального, а совместного, не приспособления, а генерирования. В 1995 году Икуджиро Нонака и Хиротака Такеучи опубликовали книгу «Компания - создатель знания», в которой заложили начала последовательной теории управления знаниями для инноваций. «Управление знанием - это средство для достижения цели, а не самоценный продукт.

Когда организации внедряют инновации, они не просто перерабатывают информацию «от» и «до», чтобы решить существующие

проблемы и приспособить их к окружающей среде. На самом деле они создают новое знание и информацию изнутри для того, чтобы определить заново как проблемы, так и решения проблем и по ходу процесса пересоздать окружающую их среду». Авторы подчеркивают, что две формы знаний – явное и неявное – работают вместе; они взаимодействуют и взаимозаменяются в процессе творческой деятельности. Нонака и Такэути объединяют четыре формы конверсии знаний в модель «создания организационного знания», состоящую из пяти фаз. Эти пять фаз – есть, по сути, эффективная стратегия для поддержки инноваций: передача неявного знания; создание концепции; подтверждение концепции; создание архетипа; «перекрестное распространение знания».

Инновация рождается именно во взаимодействии явного и неявного знания. Спираль знания – это возможная модель этого процесса. Начинается развитие с уровня личности, продвигается оно через все возрастающее взаимодействие личностей, которое пересекает границы между секциями и отделами, подразделениями и организациями. И все это делается во имя внедрения инновации [2].

Успехи японского дизайна часто объясняются многовековой культурой художественного ремесла и быта. Действительно, в формировании предметного мира японцы с древних времен придерживались концепции, основу которой составляют функциональность, лаконизм и чистота форм. Художественная культура издавна пронизывает весь быт японцев. Эти традиции, безусловно, не могли не влиять на формирование современного японского дизайна. Однако их возраст измеряется веками, а дизайн в Японии насчитывает не более 60-ти лет (на примере выставки «Современный японский дизайн: 100 лучших предметов» г. Владивосток, 2012) [3]. Целью номер один для любого инновационного проекта должно быть создание продукта, в котором потребитель увидит реальные достоинства в отношении пользы, качества, стоимости, новизны, достоинств или способности решить проблемы [4].

Японская ассоциация художественного проектирования окружающей среды в век промышленного производства (сокращенно ДНИАС), созданная в 1966 году по инициативе ведущих дизайнеров Японии, вероятно, до сих пор остается единственной в своем роде. Дизайнеры не хотят ограничивать свою деятельность чисто

прагматическими целями (рост сбыта товаров, интенсификация производства и т.п.). Дизайн в понимании передовых представителей этой области деятельности - в первую очередь средство упорядочения и гармонизации современной предметной среды, создаваемой в условиях современного производства. На примере корпорации «Benesse»: КСО (корпоративная социальная ответственность) - хозяйственная деятельность является средством, а не целью:

1. Цель состоит в том, чтобы сделать нынешнее и следующее поколения счастливыми. «Экономика служит культуре», «Новая иерархия потребностей Маслоу».

2. Время перехода от «уничтожить, чтобы создать что-то новое» до «используя, создать что-то новое».

3. Глобальное потепление и устойчивое развитие: «То, что бизнес может сделать для светлого будущего».

4. От финансового капитализма к капитализму общественных интересов [5].

Думается, что в этой концепции дизайна, делающей упор на гуманизацию не техники как таковой, а среды, ею создаваемой, на проектирование, идущее не от техники к человеку, а от человека к технике - много общего с теми особенностями материально-художественной культуры, которые традиционно сложились у японцев.

В этой культуре никогда не было разделения на материальные и духовные виды искусства, мир всегда представлялся целостным. В едином жизненном пространстве органично сосуществуют старые (или воспроизведенные по старым образцам) и новые вещи, образуя своеобразную духовную среду, питающую поиски дизайна и влияющую на реальную жизнь людей. По нашему мнению, будущее принадлежит технологиям, воспринявшим лучшие черты как восточного, так и западного подходов к инновациям и начавшим строить универсальную модель создания организационного знания. Ключ к успеху лежит в многочисленных трансформациях иерархий бизнеса на пути к созданию социокультурных инноваций в дизайне.

Источники:

1. Баркер, Алан Алхимия инноваций / Алан Баркер; [Пер. с англ. А.Р. Ханукаева]. - М.: ООО «Вершина», 2004.
2. Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротакэ Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Пер. с англ.//

– М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.

3. Материалы выставки «Современный японский дизайн: 100 лучших предметов», г. Владивосток, 2012.

4. Питер Ф. Друкер. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.: ВЦИ, 1992 – 45с.

5. Соичиро Фукутаке. «КСО (корпоративная социальная ответственность) в Benesse». Материалы Олимпиады дизайна, г. Сеул, 2009.

Н. Н. МОСОРОВА

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ ПО ДИЗАЙНУ: ПАРАДИГМАЛЬНЫЙ СДВИГ ИЛИ НЕДОРАЗУМЕНИЕ?

Эта небольшая статья ставит своей задачей рассмотреть лишь один фрагмент текста «Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 072500 дизайн (квалификация (степень) бакалавр)». (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 декабря 2009 года, № 780). Текст Стандарта размещен на сайте Академии: <http://www.usaaa.ru>. Дата обращения 12.07.2012 года. Приведем тот фрагмент, который вызывает повышенный интерес:

«Пункт 8.6. Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы на степень бакалавра. Государственный экзамен вводится по усмотрению вуза.

Требования к содержанию, объему и структуре бакалаврской работы, а также требования к государственному экзамену (при наличии) определяются высшим учебным заведением».

«Государственный экзамен» – это тот раздел образовательных стандартов, который в аналогичных документах стран «Болонской конвенции» имеет название «Обязательный лицензионный экзамен» и состоит из пяти-шести разделов, включая в себя дисциплины, приоритетные для данной специальности: «Инженерные системы и оборудование»; «Материаловедение»; «Конструкции». Материалы к «обязательному лицензионному экзамену» содержат, как прави-

ло, свыше пяти сотен вопросов и предполагают затраты времени в работе на компьютере «on line» до трех часов. Этот экзамен нельзя отменить или заменить его содержание, к примеру, дисциплинами гуманитарного цикла. Компетенции, указанные в «обязательном лицензионном экзамене», определяют круг профессиональных возможностей специалиста и утверждают самого дизайнера в роли лидера научно-технического прогресса.

Назовем дисциплины, выдвигаемые в центр внимания отечественных (не обязательных! – см. «Стандарт») «лицензионных экзаменов» (т. е. «государственных» и «интернет-экзаменов»): «Культурология»; «Политология»; «Философия»; «Право»; «Социология». Лицензирование по дисциплинам, не профильным для профессии дизайнера означает, что архитектурная академия выпускает культурологов, политологов, философов, правоведов, социологов? Названные дисциплины никогда не содержали информации, призванной обучить искусству проектирования предметных систем. Удивительный парадокс должен быть осмыслен всеми заинтересованными сторонами образовательного процесса. Что это? Парадигмальный сдвиг в самой сущности дизайна как искусства создания визуализированных, материальных миров для современного человека от вопросов науки и техники в сторону морали и теологии? Или это просто недоразумение?

Работа выполнена в рамках исследования «Современные тенденции развития архитектурного и дизайнерского образования в странах Запада (Западная Европа и Соединенные штаты Америки). Социально-философские аспекты» по поручению ректора Уральской государственной архитектурно-художественной академии С. П. Постникова под руководством советника ректора УралГАХА, доктора философских наук, профессора, Заслуженного работника высшей школы Российской Федерации А. М. Мосорова. Полный текст «Аналитической записки ректору» см. персональный сайт профессора Мосоровой mos-philosophy.ucoz.ru.

Ю. В. НАЗАРОВ

Национальный институт дизайна

ТРИ ЭТАПА РУССКОЙ РЕВОЛЮЦИИ В ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ

ЭПИЗОД ПЕРВЫЙ. 1917

Первое десятилетие XX века в России ознаменовано попытками создания национального изобразительного искусства. В секцию изобразительного искусства созданной в Киеве в конце 1917 г. Культур-Лиги входили: Ниссон Шифрин, Марк Эпштейн, Иосиф Чайков, Лазарь Лисицкий, Иссахар Бер-Рыбак, Борис Аронсон, Сара Шор, Александр Тышлер, Исаак Рабинович и др. В Москве также была создана секция Культур-Лиги, в ней состояли: Натан Альтман, Давид Штернберг, Соломон Никритин, Марк Шагал.

Известно, что Революция 1917 года вызвала бурю энтузиазма среди российских художников. Часть из них пока верила в светлые идеалы русской революции. Они мечтали о новом искусстве, о свободной России. Среди мечтателей - режиссер В. Мейерхольд, поэты В. Маяковский, А. Блок и Рюрик Ивнев, художник Натан Альтман. Работает Альтман, как всегда, много: редактирует «Искусство коммуны» - первую советскую газету по вопросам искусства, руководит созданием Музея художественной культуры, рисует виднейших большевиков. Его эскиз флага РСФСР был одобрен Лениным как лучший. Ему нравится делать агитационные вещи, обращаться к миллионной аудитории. Местом революционных празднеств стала Дворцовая площадь. Альтман декорирует первый советский парад - первую годовщину революции 1918 года. В Петрограде ставились новые памятники - взамен снесенных старых - героям революции и Гражданской войны, ученым. Альтман создает барельеф первого революционного наркома культуры А. Луначарского.

Когда в России происходит революция, многие художники возвращаются из-за рубежа на родину. Среди них был и Давид Штернберг. Здесь политическое прошлое и парижский творческий опыт неожиданно делают его одним из руководителей художественной политики страны: нарком просвещения А. В. Луначарский, знавший художника еще по Франции, назначает его заведующим Отделом

ИЗО Наркомпроса. Рядом со Штеренбергом – самые решительные новаторы. Именно они, отвергавшиеся прежде официальным искусством, охотнее всех сотрудничают с новой властью.

Отдел изобразительных искусств Наркомпроса (ИЗО) был утвержден постановлением Государственной комиссии по просвещению 22 мая 1918 г. Еще ранее, 29 января 1918 г., постановлением Наркомпроса был утвержден заведующим ИЗО художник Д. П. Штеренберг. В художественную коллегию отдела входили: Д. П. Штеренберг, Н. И. Альтман, П. К. Ваулин, А. Е. Карев, А. Т. Матвеев, Н. Н. Пунин, С. В. Чехонин, Г. С. Ятманов; позднее в коллегию были включены: архитекторы Л. А. Ильин, В. И. Дубенецкий, Л. В. Руднев, Э. Я. Штальберг, В. А. Шуко, художники В. Д. Баранов–Россинэ, И. С. Школьник, а также В. В. Маяковский и О. М. Брик.

Впоследствии была создана коллегия и в Москве (на равных правах с петроградской) в составе: В. Е. Татлин (зам. зав. ИЗО и председатель коллегии), П. В. Кузнецов, И. И. Машков, А. А. Моргунов, К. С. Малевич, И. В. Жолтовский, С. И. Дымшиц–Толстая, Н. А. Удальцова, С. В. Ноаковский, Р. Р. Фальк, О. В. Розанова, А. В. Шевченко, Б. Д. Королев, С. Т. Коненков, В. В. Кандинский. Пожалуй, такого созвездия талантливых представителей изобразительного искусства и архитектуры ещё не знало ни одна коллегия в мире!

Позже, в 1920 году А. В. Луначарский отмечал: «Быть может, ни один отдел Наркомпроса не подвергался таким нападкам, как Отдел изобразительных искусств. Отдел этот был ответственным прежде всего за доминирующее положение, которое заняло после Октябрьской революции в России искусство футуристического направления. Далее нарком писал, что – «одни, которые мало знают мои личные вкусы в искусстве, прямо упрекали меня в пристрастии к футуризму и в стремлении привить целой стране мои личные «чуждаческие» вкусы. Те, кто ближе знаком с этим моим вкусом, недоумевали по поводу того, что я якобы поддерживаю направление, мне художественно отнюдь не близкое и всегда находившее в целом ряде моих статей довольно определенное осуждение».

Зададимся вопросом, чем же объясняется, что «судьбы» русского искусства были переданы футуристам? Вновь обратимся к воспоминаниям А. В. Луначарского. Он отмечал, «что надо перенестись в обстановку, следовавшую непосредственно за октябрьским перево-

ротом. В петроградском художественном мире царило враждебное к нам учредилковское направление. На собраниях Союза художников выносились всякие резолюции более или менее саботажного типа. Быть может, в Москве такое отношение проявлялось слабее, но, конечно, эта часть интеллигенции, как и всякая другая, в то время была остро недовольна нашим курсом и органически подходила даже в лучшей своей части к «демократии» и «самоуправлению». Даже официальная крайняя левая часть художников, не только более революционная в смысле исканий, но и в смысле политического настроения, склонна была диктовать Советской власти разные условия, при исполнении которых художники-де готовы были войти с «самозваной властью» в известный контакт. Несколько позднее на квартире т. Горького мне было прямо предложено художественным миром принять целиком список «избранных», которые «соглашались» работать со мной, но не с моими помощниками, и которые фактически образовали бы своеобразную мозоль или, вернее, щит черепахи, за которым искусство намерено было отсидеться от всяких неприятностей, грозивших ему со стороны «варварской революции».

Далее А. В. Луначарский подчёркивал, что всё это для него как представителя Советской власти было абсолютно неприемлемо. Штеренберг считал, что в области искусства прежде всего нужно было разрушить остатки царских по самой сущности своей учреждений вроде Академии искусств, надо было высвободить школу от старых «известностей», надо было дать свободу движения на равных началах всем школам, надо было в особенности найти симпатию молодежи и опереться на неё, прежде всего пополнив её ряды из пролетариата и полупролетариата. А. В. Луначарский отмечал, что с этой программой полностью был согласен его старый друг, присоединившийся к Советской власти, левый бундист, выдающийся живописец, широко известный русскому художественному миру в Париже, честнейший человек, умевший также быть авторитетным, когда надо, тов. Д. П. Штеренберг. Нельзя было думать найти более подходящего человека. Безусловно преданный Советской власти, только потому не входивший в партию коммунистов, что ему как-то претило войти в нее в час ее победы, чрезвычайно осведомленный о строе художественной жизни за границей - тов. Штеренберг немедленно и энергично принялся за освободительную реформу в русском искус-

стве. И я утверждаю, - писал Луначарский, - что хотя в области школы царит еще много хаоса и что она нуждается в упорядочении, тем не менее в русском искусстве повеяло свободным духом, молодежи дано место, которого она никогда не занимала, и государственные мастерские представили из себя единственные по своей внутренней свободе и по инициативе творчества учебные заведения, к сожалению, не вполне здоровые в настоящее время исключительно по причине общего продовольственного кризиса.

Тов. Штеренберг, сам решительный модернист, нашел в своей деятельности поддержку почти исключительно среди крайних левых. Талантливые публицисты и теоретики художественной революции вроде Брика и Пунина, выдающиеся представители левых: Татлин, Малевич, Альтман, несколько человек, доброжелательных по отношению к самой резкой народной реформе в области искусств, как, например, Чехонин, Машков, создали группу, которая являлась опорой для нашей деятельности в области искусства.

Передача полномочий какому-нибудь профессиональному союзу художников, каким-нибудь вообще художественным объединением, какой-нибудь художественной «учредилке» означала бы крах советской политики в этой области и капитуляцию перед защитой старинки. Даже относительно левые художники в то время оробели бы перед необходимостью борьбы с чуть ли не вековыми устоями художественной жизни. Тут нужно было много пыла, много веры и, пожалуй, юношеского задора.

Вот почему я решительно поддерживал эту молодежь, собравшуюся вокруг т. Штеренберга, хотя часто видел и теоретические ошибки (выразившиеся, например, в заносчивых футуристических статьях петроградской газеты «Искусство коммуны»), и ошибки практические. Последние сводились к тому, что крайнее левое направление при закупке картин для создания Музея живого искусства при художественных изданиях и т.п. оказывало всяческое покровительство своему направлению и не могло отделаться от скрытой вражды к другим направлениям, - писал Луначарский.

Далее Луначарский обнаруживает глубокое знание современного западного искусства. Он писал: «В линии развития европейского искусства импрессионизм, всякие виды неоимпрессионизма, кубизм, футуризм, супрематизм являются естественным явлением. Сущность

их объясняется сменой все более аналитических приемов искусства. Дойдя до крайности, до разложения красок и рисунка на элементы, художники все сильнее подчеркивали свое стремление к конструкции, к синтезу, но пока ограничивались конструированием только из найденных ими на дне искусства элементов.

Вся эта работа, вполне добросовестная и важная, имеет характер лабораторный. Принимать эту работу, которая должна была бы совершаться в тиши мастерской, за настоящие картины, за подлинные произведения искусства мог только переутонченный век, который давно уже этюд, эскиз, подход, манеру, трюк поставил в центр внимания, отодвинув куда-то в даль будущего задачу создания подлинной картины, скажем, например, царицы живописи — большой фрески.

Луначарский считал, что дух конкуренции, царившей на буржуазном художественном рынке, стремление выделиться, привлечь к себе внимание, ажиотаж на художественной бирже очень дурно отзывались на этих лихорадочных поисках, принося сюда элемент кривляния, а порою даже шарлатанства. Не менее интересна концепция наркома относительно нового революционного искусства России. Луначарский писал: «Пролетариат же и наиболее интеллигентная часть крестьянства никаких этапов европейского и русского искусства не переживали и находятся совсем в другом пункте развития. Скажу определенно: пролетариату и крестьянству сейчас в тех грандиозных переживаниях, которые переполняют его душу, в искусстве важнее что, а не как».

И далее: «Пролетариат и крестьянство будут требовать классического искусства, упирающегося, с одной стороны, в здоровый, крепкий, убедительный реализм, с другой стороны, в красноречивый прозрачный символизм в декоративном и монументальном роде. Я думаю, что художник, который захотел бы сейчас овладеть действительно сердцами пролетариата, должен бы был своим учителем и прототипом считать, скажем, Иванова (имеется в виду Александр Иванов).

Если бы у меня спросили самую мою заветную формулу, поскольку я понимаю требования пролетариата, я сказал бы: в отношении святости подхода к искусству — в отношении формы — назад к Иванову, в отношении художественного эмоционального идейного содержания — вместо христианства — великий мир коммунистических мыслей

и чувств!

Если так называемые художники–реалисты, поскольку они остались еще в России, и всякого типа «старые направления» мало окрыляют меня надеждами на достижение подобного искусства, то, конечно, и футуристы всех типов тоже должны были бы не то круто повернуть назад, не то сделать сумасшедший прыжок вперед, чтобы дать нам, коммунистам, то, что нам нужно.

Своеобразно отношение Луначарского к революционной архитектуре. Он писал: «В последнее время между мною и Отделом, изобразительных искусств возник ряд конфликтов. Я считал необходимым выделить из их Отдела, где царила острая атмосфера исканий и художественных левых устремлений, архитектурный отдел. Архитектура столь смелых исканий не терпит. В отношении архитектуры нам важнее как можно скорей опереться на правильно понятые классические традиции. Я считал необходимым, чтобы Наркомпрос имел у себя компетентный художественный штаб архитекторов, который мог бы разработать основы великого коммунистического строительства к тому времени, когда оно станет возможным, и художественно руководить им. Среди русских архитекторов имеется человек, проникнутый теплой симпатией к социализму уже потому, что стоит он обеими ногами на чисто архитектурном сознании возможности и важности коллективного творчества, человек, обладающий значительным авторитетом в качестве ученого в своей области и европейским именем в качестве мастера – тов. Жолтовский. Видеть этого товарища и других архитекторов под сомнительным покровительством «отчаянного» авангарда в области искусства было тяжело».

Отдел ИЗО Наркомпроса часто подвергался критике в прессе и за пропаганду футуристического искусства, и за протекционизм в художественной конкуренции в пользу «левых» течений, и за нигилизм по отношению к художественному наследию, и за претензии «левых» выдавать свое искусство за подлинно «государственное».

А 6 апреля 1919 г. в «Правде» публикуется следующая резолюция собрания членов секции Союза работников науки, искусства и литературы: «Принимая во внимание, что футуризм и кубизм являются главным образом представителями буржуазного разлагающегося искусства, собрание предлагает Комиссариату Народного просвещения обратить внимание на неограниченное преобладание футуризма,

кубизма, имажинизма и т. п. в Советской Социалистической республике...»

Нелицеприятная критика программ, деклараций и художественной продукции футуристов и других «левых» течений в искусстве не мешала Луначарскому бережно относиться к таланту художников, интересоваться их исканиями и отмечать все интересное и любопытное в их творчестве.

Что же касается непосредственно деятельности ИЗО, то 10 апреля 1919 г. коллегия Наркомпроса под председательством Луначарского, обсудив его работу и выразив ему доверие, высказала «категорическое пожелание», чтобы «общая политика отдела была строго выдержана в смысле равного отношения к различным течениям в искусстве». Решение коллегии предписывало отделу обратить «особое внимание на приспособление его работы к целям широкой пропаганды и агитации художественно-эстетического образования в массах и задачам художественной индустрии». От него потребовали, чтобы «важнейшие принципиальные вопросы отдел... вносил в художественную секцию, а в особо важных случаях входил с ними в коллегию Наркомпроса».

А. Луначарский назначает В. В. Кандинского председателем Государственной закупочной комиссии при Музейном бюро Отдела ИЗО Наркомпроса. Кандинский активно участвует в организации двадцати двух провинциальных музеев. Но самое большое влияние Кандинский оказывает как преподаватель московского Свомаса (Свободные Мастерские), а затем Вхутемаса. Будучи его профессором с октября 1918 года, он составляет специальный учебный план, основанный на анализе цвета и формы, то есть развивающий идеи, высказанные в книге «О духовном в искусстве». Также, участвуя в организации и управлении московским Институтом художественной культуры (Инхук) он составляет для него учебный план, основываясь на своей теории. Однако здесь его мнения с коллегией института расходятся. Противники Кандинского - А. Родченко, В. Степанова и Л. Попова - стояли за точный анализ материалов, их конструктивное расположение и оформление. Любое проявление иррациональности в творческом процессе решительно отрицается.

Кандинский, в свою очередь, энергично выступает против своих оппонентов-конструктивистов: «Если художник использует абстракт-

ные средства выражения, это еще не означает, что он абстрактный художник. Это даже не означает, что он художник. Существует не меньше мертвых треугольников (будь они белыми или зелеными), чем мертвых куриц, мертвых лошадей и мертвых гитар. Стать «реалистическим академиком» можно так же легко, как «абстрактным академиком». Форма без содержания не рука, но пустая перчатка, заполненная воздухом», – хлестко отвечал Кандинский своим оппонентам.

Как известно, «Революция пожирает своих детей». Постоянные нападки коллег-художников, считавших работы Кандинского «изуродованным спиритизмом» (Пунин), явились решающим фактором для его отъезда из Москвы в декабре 1921 года. Активное давление большевистской идеологии на искусство, приведшее впоследствии к появлению соцреализма, проявляется после 1922 года. Картины Кандинского на многие годы убирают из экспозиции советских музеев. На этом, собственно, и завершился первый этап русской революции новейшего времени в искусстве.

Как и всё хорошее в жизни, он был недолгим. Для истории пять-семь лет незаметный отрезок, а для развития российского и мирового искусства в него уложилась подлинная революция формы и перестройка всего художественного образования!

Е. Э. ПАВЛОВСКАЯ

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ПЕРСПЕКТИВЫ ВКЛЮЧЕНИЯ СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РЕШЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОБЛЕМ РЕГИОНА

Отечественный дизайн на протяжении всей своей истории позиционировал себя как социально ориентированный вид проектной деятельности. Значительно место в его теории заняли разработки, связанные с проблемами гуманизации различных сфер человеческой жизнедеятельности, с возможностями дизайна в развитии проектной культуры общества. Оставаясь преимущественно декларативным, советский дизайн, тем не менее, дал мощный толчок для развития

социальной направленности зарубежного дизайна, появления проектов, имеющих не только коммерческую ценность, но и нацеленных на решение социокультурных проблем.

Однако перестроечная и постперестроечная ситуации в России привели к серьезной смене ценностных приоритетов отечественного дизайна – на первый план вышли коммерческие задачи, обусловленные необходимостью выживания профессии в новых рыночных условиях. Это, безусловно, не могло не отразиться и на сфере дизайн-образования: львиную долю студенческих разработок стали составлять проекты, носящие сугубо прагматический, конъюнктурный характер.

Своеобразная «перезагрузка», означающая включение дизайн-образования в претерпевший существенные изменения социокультурный контекст, является одним из важнейших аспектов его (образования) содержательного реформирования. Кстати, гражданская позиция и ответственность будущих профессионалов дизайна заявлены в качестве компетенций выпускников дизайнерских вузов образовательными стандартами 3-го поколения. Деятельность вуза (конкретно – дизайнерских кафедр) в данном направлении предполагает необходимость решения целого ряда взаимосвязанных задач:

- выявление перспективных тематических направлений дизайн-проектирования в развитии социокультурного пространства в новых экономических и информационно-технологических условиях;
- проектное моделирование образовательного процесса дизайнеров, включающее инновационные формы обучения и практики, связанные с работой над социокультурной проблематикой;
- внедрение новой проблематики в образовательные процессы;
- введение в научный оборот новых теоретических знаний, связанных с изменением позиции дизайна в современном социокультурном пространстве.

В рамках тезисов раскрыть содержание всех этих задач не представляется возможным, поэтому обозначу лишь некоторые тематические направления, связанные с социокультурной проблематикой Уральского региона, которые были опробованы в учебном процессе и подготовке выпускных квалификационных работ бакалавров и магистров кафедры графического дизайна УралГАХА:

1. Разработки в различных направлениях территориального брендинга (например, проекты необычной сувенирной продукции,

символов-персонажей городов Уральского региона, культурно-развлекательных объектов, раскрывающих исторические традиции края, проекты компьютерных игр и мобильных сервисов, вовлекающих пользователей в разнообразные процессы городской жизни, дизайн-проекты поддержки регионального малого и среднего бизнеса и т. д. и т. д.).

2. Информационно-коммуникативные проекты (в частности, проекты, связанные с популяризацией различных областей научных знаний, традиционных и новых видов досуга и спорта, развиваемых на Урале, организацией культурных связей и обменов жителей региона и его гостей).

3. Проекты, направленные на продвижение и популяризацию значимых социокультурных объектов, планируемых и предстоящих событий, мероприятий (таких как ЭКСПО-2012 в Екатеринбурге или молодежный чемпионат мира по биатлону в Ханты-Мансийске).

4. Проекты для социальных служб и сервисов (например, мобильный региональный сервис помощи в экстремальных ситуациях, мобильные приложения-помощники для людей с ограниченными возможностями, анти-стрессовые программы для социальной адаптации студентов-первокурсников и т. п.).

5. Экологически-ориентированные проекты (особенно яркими примерами таких проектов стали студенческие разработки, связанные с использованием возобновляемых природных ресурсов в сфере рекламных коммуникаций).

Разумеется, это далеко не исчерпывающий перечень возможностей дизайна. Разнообразие социокультурной проблематики, предлагаемой не только преподавателями, но и самими студентами в учебном процессе, свидетельствует о их достаточно высокой социальной активности.

Однако решение «внутренних» задач образовательной подготовки дизайнеров – это лишь одна сторона вопроса. Перспективы формирования инновационной среды дизайн-образования в значительной степени зависят от понимания государством и региональными органами власти возможностей дизайна в решении социальных, культурных и экономических проблем и соответствующей его поддержки. В частности, речь идет о необходимости создания структур аналогичных Советам по дизайну, действующим в большинстве

цивилизованных стран мира и обеспечивающим серьезное влияние дизайна на их развитие. Не менее важной составляющей становится повышение заинтересованности общественных организаций, коммерческих предприятий и фирм региона в использовании дизайна как инструмента социокультурной политики. Следует помнить, что именно востребованность студенческих разработок становится основой мотивации будущих дизайнеров в образовательном процессе. Пока же подобная поддержка остается лишь мечтой, перспективы для сферы дизайн-образования связаны с активизацией собственных инициативных усилий. В частности, это:

- инициативное включение в перспективные социокультурные проекты, реализуемые властными, общественными и коммерческими структурами региона;
- участие в международных, национальных, региональных проектах и конкурсах социокультурной направленности, организация выставочных мероприятий, проведение мастер-классов и т. д.;
- организация взаимодействия с коммерческими структурами для продвижения их социальных проектов;
- участие представителей системы дизайн-образования в работе экспертных советов, круглых столов по обсуждению проблем дизайна, реализация проектов, инициированных общественными структурами дизайна;
- популяризация возможностей дизайна в средствах массовой информации.

М. В. ПАНКИНА

Российский государственный профессионально-педагогический университет

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ДИЗАЙНЕРОВ

В последние десятилетия проблемы экологии человека, экологической культуры выступили на первый план. Ограничительные меры начали дополняться другими формами организации взаимодействия

человека с окружающей средой, в том числе обращением к возможностям искусства, архитектуры и дизайна.

Влияние дизайна на все аспекты жизни общества постоянно увеличивается. Появляются новые условия и формы взаимодействия человека и культуры дизайна.

В профессиональной сфере мы видим осознание морально-этической ответственности дизайнера перед обществом и природой, поиски профессиональных средств разрешения экологических проблем.

Идеи экологического дизайна становятся все более популярными, проникают во все этапы производства и потребления, в них предлагаются решения экономических, технологических, социальных, художественных и эстетических, философских, этических и психологических проблем.

В системе функций дизайна выделяют познавательную, ценностно-ориентационную, коммуникативную, адаптационную, воспитательную. Социокультурная сущность дизайна проявляется во влиянии предметно-пространственной среды на социальное поведение человека, коммуникативности формы, знаково-символическом аспекте объектов дизайна. Дизайнер должен в своей проектной деятельности соблюдать экологические принципы и предвидеть, как его реализованные объекты будут воздействовать на людей, формировать мировоззренческие и эстетические идеалы, ценностное отношение к окружающей среде.

Концепция экологического дизайна обеспечивает возможность для создания более эффективного и гармоничного общения человека и природы.

Современные дизайн-проекты должны быть основаны на результатах экологических, социальных, экономических и гуманитарных исследований. Программы перехода производства на более высокий уровень экологической целесообразности возникают в дизайн-отделах большинства компаний под влиянием законодательства и общественного мнения.

Современные экологические решения - не только переосмысление функционализма и появление новых материалов для создания более легких и экономичных решений, но, прежде всего, появление нового более широкого понимания сущности проектной деятельности дизайнера и его социальной и культурной роли в сохранении

планеты.

Термины «экологический дизайн», «устойчивый дизайн» сейчас широко используются в повседневной практике проектирования, в научной литературе. Проблемы экологического дизайна связаны с различными сферами производства и научных знаний от архитектуры, промышленного дизайна и прикладной экологии, до современных исследований в области философии, медицины, психологии, социологии и педагогики.

Экодизайн, наравне с очевидными и обыкновёнными требованиями красоты, удобства и экономичности, уделяет особое внимание следующим вопросам:

- потреблению ресурсов при проектировании, изготовлении, использовании и утилизации;
- происхождению материалов; в расчет берётся множество аспектов, начиная с защиты окружающей среды производителем (поставщиком) и заканчивая соблюдением прав работников на предприятиях, корректным отношением к фермерам и т.п.;
- безопасности в использовании изделия, отсутствии вреда здоровью, сведению к минимуму шумов, выбросов, излучения, вибрации и т. п.;
- простоте и безопасности утилизации, возможности повторного использования материалов с минимальным экологическим ущербом.

Понимание структуры, роли и перспективы развития экологического дизайна возможно только при систематическом изучении этого явления. Дизайнер как эколог должен думать о том, как продукт дизайна будет влиять на окружающую среду, предвидеть последствия, минимизировать возможный ущерб окружающей среде, не только для отдельных людей и общества, но и для природы в целом.

Чтобы изменить мышление проектировщиков, необходимо формировать экологическую культуру и экологическую компетентность будущих специалистов в процессе профессионального образования. Это позволит обеспечить создание природосообразных проектов предметно-пространственной среды.

При очевидной востребованности специального учебного курса, формирующего мировоззрение, экологическую культуру и сознание, дающего будущим дизайнерам инструментарий, методики и технологии проектировочной деятельности, в настоящее время в

программах профессионального образования нет. В стандартах профессионального образования в области дизайна в рамках дисциплины «Экология» определены разделы, смысловое ядро содержания которых таково: современное состояние проблемы и рациональное природопользование, ликвидация последствий негативного влияния на природу.

Автором разработана программа и учебное пособие «Экологический дизайн», которые успешно используются в обучении студентов педагогических вузов Екатеринбурга.

Курс «Экологический дизайн» может быть включен в вариативную часть учебного плана подготовки по направлениям: промышленный дизайн, дизайн среды, дизайн интерьера, профессиональное обучение в области дизайна, магистерские программы образования, программы «Экологическое образование» и «Охрана окружающей среды». Принципы информирования, анализа и системного подхода, активности и мотивации студентов являются основой для методики преподавания курса «Экологический дизайн».

Интегративный и обобщающий, этот курс может стать важнейшим фактором, формирования личности будущего профессионала во многих сферах деятельности, его экологической культуры.

З. М. ПЕСТЕРЕВА

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ТЕМА КОНКУРСНОГО ПЛАКАТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ ГРАФИЧЕСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ

На занятиях по дисциплине дизайн-проектирование курсовая работа «Плакат» предлагается по темам ежегодных тематических художественных выставок, организуемых Музеем писателей Урала: «Парни, которые перевернули мир», посвященная культовым рок-музыкантам 20 века, «Планета Nippon» о влиянии традиций Японии на мировое общественное развитие, «Ёлка в старом доме». Студенческие работы экспонировались на различных творческих выставках, в частности, проводимых Союзом дизайнеров России, и отмечались дипломами.

Работа над курсовым заданием и участие в подобных мероприятиях, помимо развития проектных навыков, способствует профессиональному самосовершенствованию, самореализации, повышению самооценки, а получение дипломов, поощрительных свидетельств – формированию портфолио, повышению социальной активности, интереса к профессии.

В процессе работы даётся возможность эффективно применять на практике знания, полученные на теоретических лекционных курсах, таких как – история искусств, композиция, типографика, цветоведение и др. Немаловажно и появление стимула к самостоятельной работе – поиск и анализ материала по темам, его переосмысление и выработка собственной авторской позиции. Оригинальная тематика, возможность самовыражения, свобода выбора изобразительных средств делают процесс создания плаката особенно интересным для студентов.

В обществе с развитой инфраструктурой, с появлением многочисленных новых средств массовой коммуникации и компьютерных технологий традиционный плакат, как он сформировался в конце XIX - первой половине XX в., подвергается существенным изменениям – преобладающими становятся прагматические свойства. Большинство плакатов, выпускаемых сегодня на полиграфическом рынке имеют, скорее, не эстетическую, а сугубо практическую функцию. Главенствующую роль начинают приобретать такие его виды, как рекламный и социальный. В этом плане работа над выставочными, конкурсными плакатом привлекательна прежде всего возможностью создания оригинального дизайнерского произведения, с учетом всех формальных требований, предъявляемых к нему. Он стал более разнообразным и оригинальным по творческой манере и художническому почерку. Вырабатывается новое пластическое мышление, новый плакатный язык. В современном плакате прослеживается тенденция к абстрагированию предметов и явлений, что позволяет не только анализировать чувственно воспринимаемый визуальный материал, но и обнаружить свойства, стороны, признаки, отношения, составляющие их сущность. Создается особая, знаковая, система передачи визуальной информации.

Конкурсный, выставочный плакат, по сравнению с другими видами плаката – рекламным, политическим, социальным – имеет свои

особенности. Прежде всего – значительная дифференцированность адресной группы. На первое место выходят художественно- графическая и смысловые составляющие, их взаимодействие. Например, требуется создание особой функциональной визуальной системы подчиненности элементов композиции, которая способствует адекватному восприятию смыслов.

Изучение наследия известных мастеров плакатной графики является источником вдохновения для создания новых форм. В современном плакате авторы, например, часто обращаются к стилистическим традициям конструктивизма, наполняя его новым, актуальным содержанием. Большое внимание уделяется композиции, которая при тщательной продуманности взаимодействия отдельных деталей, становится мощным коммуникационным средством. Применяются характерные для этого стиля приёмы: оригинальное взаимодействие деталей, линейная и прямоугольная ритмики, динамика простых геометрических форм, контрастное цветовое решение, элементы фотоизображения, массивные шрифтовые элементы и др. Решаются задачи разработки системности в оформлении, подчиненности функции и цели. Всё это позволяет современному автору создать абсолютно новое оригинальное произведение при несомненной связи с наследием прошлого и возможностью проведения культурных параллелей. Новые образы, появляющиеся в результате синтеза традиционных форм и актуального содержания, оказывают мощное эмоциональное воздействие на зрителя. Усиливается этот эффект и использованием приемов, характерных для рекламы, например, ирония и юмор. Особенное значение приобретает применение метафоры, которая значительно расширяет емкость, убедительность и выразительность образа. Использование этого приема позволяет наделить единым смыслом два аспекта плаката – художественно-графический и рациональный. Усиливает этот эффект и наличие слогана, основанного на метафоре. Он помогает адекватно понять смысл и ассоциативные связи предлагаемых образов.

Основное внимание на занятиях уделяется специфике художественно-коммуникативной составляющей плаката, поиску инновационных форм диалога. Работа начинается с формулировки смысловой и содержательной сторон сообщения в рамках заявленной темы, их актуальности и востребованности. Затем выбираются средства необ-

ходимые для визуализации информационного сообщения и определения возможности последующего его декодирования. Эта работа невозможна без знания специфики психологии восприятия графического дизайн-объекта.

Необходимо изучить и проанализировать особенности сознательного и подсознательного визуального воздействия плаката на адресную аудиторию. Подаваемая в плакате информация рассчитана в большинстве случаев на весьма ограниченное время непосредственного воздействия на зрителя. Такая оперативность предъявляет особые требования к образному строю плаката и точности восприятия смыслового сообщения. Надо исключить возможность его двоякого толкования. Важнейшую роль здесь играет закономерность, известная в психологии как принцип фазности восприятия. Каждой фазе должна соответствовать определенная степень визуально-графической конкретизации. Множество вопросов потребуют своего разрешения. Например, какие сценарии восприятия наиболее поддерживаются в плакате? Где необходимо расположить смысловые зоны? Установить влияние доминирующего цвета на эмоциональное состояние воспринимающего. Без учета подобных вопросов невозможно создать гармоничный графический дизайн-объект с высокими художественными и функциональными свойствами.

Особое место среди видов выставочных плакатов занимает шрифтовой плакат. Работа над ним требует от дизайнера высокого профессионализма и глубоких знаний теории шрифта и типографики. Творческий процесс сведение образной и содержательной стороны текстов в единое целое позволяет создать оригинальное авторское художественное произведение. На занятиях по дизайн-проектированию по теме «Плакат» студенты разрабатывают образные шрифтовые композиции: плоскостные, контрастные, силуэтные, что позволяет грамотно и эффективно решать задачи по определению смысловой иерархии деталей общей композиции и оформлению компонентов визуального ряда, составляющих текстовое поле объекта.

Конкурсный плакат предполагает экспериментальную свободу в поиске художественно-графических техник подачи смыслового содержания. Но при широких возможностях использования цифровых технологий, авторская, «ручная» графика в данном виде плаката приобретает особую ценность. Значительно усиливается эмоциональное

воздействие на зрителя, вработываются более эффективные формы социальной коммуникации.

В рамках проектно-практических занятий не предусмотрены лекции по теоретическим и методологическим аспектам, но краткие установочные сообщения перед темами проектных заданий необходимы. Они должны стимулировать студентов к самостоятельной работе, вызывать интерес к дизайн-объекту.

А. С. Пономарев, Л. Е. Пономарева

Ханты-Мансийский институт дизайна и прикладных искусств
(филиал) ФГБОУ ВПО «УралГАХА»

КОНЦЕПЦИЯ МЕТОДИЧЕСКОЙ РАЗРАБОТКИ КУРСА КОМПОЗИЦИИ В ТРЕХСТУПЕНЧАТОЙ СИСТЕМЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Художественное воспитание – отважное предприятие, поскольку в нем формируется творческая личность. В художественной практике важен творческий импульс, чтобы получить желаемый эффект восприятия у зрителя, добиться наибольшей выразительности создаваемого образа.

У детей 10 – 14 лет (1-я ступень обучения), обладающих начальным интуитивным чувством композиции, можно и нужно развивать художественные способности и оригинальность мышления. Важно использовать средства выразительности, которые давали бы ученикам возможность выявить их индивидуальность и темперамент, одновременно обогащая их в стадии формирования их же личности.

По существующему учебному плану всю композиционную подготовку в учебном процессе рекомендуется разделить на 2 этапа. На первом этапе половина учебного времени отводится станковой композиции. Ученик занимается практическим изучением композиции по жанрам изобразительного искусства. Второй этап посвящен различным видам декоративно – прикладного искусства, и здесь рабочая программа должна находиться в соответствии со специализацией преподавателя. Можно предложить метод изучения композиции, опираясь на семантическую систему изображения. И в этом ничего

предсудительного нет, но только когда преподаватель предлагает ученику конкретную, с точки зрения семантики, изобразительную задачу. Результат один – ученик эту задачу решит, опираясь на свою интуицию и на советы и рекомендации преподавателя, его опыт, которые должны носить косвенный ассоциативный характер. Беспредметное изобразительное искусство, жертвуя иконическим знаком, глубже разрабатывает индексальный и символический компоненты. Сказать же, что треугольник, круг или квадрат, значит противоречить многовековому культурному опыту. Подобный вывод приходит на ум при прочтении статей В. А. Топорова («Геометрические символы», «Квадрат», «Крест», «Круг» и энциклопедии «Мифы народов мира» (Т. I-II/ - V/ 1980–1982 гг.)

Содержание обучения композиции по предлагаемой нами методической разработке состоит из трех частей: теоретическая, практическая (тестовая), аналитическая.

Целью теоретической части является изучение образцов мировой изобразительной культуры: здесь наблюдается тесная связь с историей искусств. Подбираются репродукции произведений искусств, и проводится их композиционный разбор от общего к частному. Речь идет о том, что художественное произведение состоит из трех основных частей:

- центр композиции и динамика движения к нему;
- рамка (ее форма, пропорции, размер);
- художественная идея автора.

Последняя часть, т. е. художественная идея, является творческой субстанцией и целиком принадлежит автору. Ученики должны сделать вывод, что все композиции сугубо индивидуальны, потому, что каждый автор находит свои выразительные приемы для максимальной передачи композиционной идеи, прежде всего. Правила «игры со зрителем» предлагаются художником, а не наоборот, неважно какой язык для этих правил выбран – реалистический, абстрактный или формальный.

Практическая часть методической разработки состоит из серии тестовых упражнений – основы курса по композиции – и названа «грамматикой форм». Основная её идея – это система тезисов о дуальности космического мира, состоящая из бесчисленных противопоставлений среды, в которой мы живем: добро – зло; белое

– чёрное; большое – малое; множественное – единичное; главное – подчинённое; горячее – холодное; «инь – ян»; твёрдое – жидкое; гладкое – шероховатое; и т. д. Ученики в определенной последовательности (по степени сложности) выполняют упражнения по следующим девизам:

- большое – малое;
- массив – ажур;
- симметрия – асимметрия;
- фон – объект;
- стремительность и покой;
- метрический повтор – ритмический повтор (метр – ритм);
- плоскостность – пространственность;
- движение и статика;
- появление – исчезновение и т. п.

Этот ряд можно продолжить по усмотрению преподавателя. В этом плане методика представляет собой открытую систему. Суть задания следующая: ученик выполняет композиции по двум темам альтернативного характера в простой и выразительной форме, исходя из собственного визуального опыта. При этом основным критерием оценок являются – целостность композиции (наличие центра композиции, равновесие) и её выразительность.

Упражнения предлагается делать на формате 150х150 (мм), но это не принципиально. Преподаватель сам вправе задавать свой формат учебной работы, так же как и технику и материал исполнения. А вот форма квадрата обусловлена тем, что, добиваясь равновесия композиции, ученик мог манипулировать листом, вращая его для проверки состояния уравновешенности. Конечно, этот вариант лучше проявляет себя с абстрактными композициями, но как уже было сказано выше, метафора, которую надо было перевести на изобразительный язык, выразительнее получается при помощи абстрактных форм.

Самое главное, решая контрастные по смыслу задачи, ученик вынужден искать оригинальный композиционный ход, новые выразительные средства, чтобы максимально подчеркнуть противопоставление и выявить тождество того или иного образа и его метафорического преобразования. Всё это освобождает юного творца от канонической зависимости какого – либо определенного жанра искусства и дает возможность использовать различные технические

приёмы.

В аналитической части, после выполнения упражнений, учащимся предлагается разложить выполненные ими в группе работы по степени значимости. В критериях оценивания они должны учитывать, прежде всего, соответствие заданию и только потом выразительность выполненной работы. Как правило, ученики выполняют эту задачу успешно. Это важная часть представленной концепции, развивающая аналитическое, а в последующем синтезирующее мышление юных творцов. Важно научить их управлять собственным сознанием, выработать объективный взгляд на результат. Всё это играет серьёзную роль в выборе творческой специализации в дальнейшем. Преподавателю зримо встает «картина» о каждом ученике, а, главное, они сами начинают лучше понимать свои предпочтения и свой творческий потенциал. Появляется больше определённости во взаимоотношениях.

Серия тестовых упражнений – это своеобразная азбука. Мы не задумываемся над каждой буквой, когда пишем. Так и у авторов будущих произведений не должно возникнуть затруднений в решении элементарных композиционных задач.

Вторая ступень обучения возможна у студентов в возрасте от 15 до 20 лет, получающих среднее специальное художественное образование в художественном училище или колледже искусств (как это происходит в конкретном для нас случае). Ханты-Мансийский колледж-интернат искусств имеет на своём художественном отделении специализации: художественная керамика, художественная обработка дерева, художественный текстиль и дизайна среды. Все эти направления носят декоративно-прикладной характер, поэтому углубленное изучение формальной композиции особенно актуально для второй ступени.

Сравним работу дизайнера по организации предметно – пространственной среды с работой художника и архитектора. Можно с определенной условностью сказать, что архитектор «организует пространство», подчеркивая его драматургию архитектурной, формой дверных и оконных проемов, игрой света, цветофактурой отделки поверхностей. Художник «работает с плоскостью» в этом пространстве, эстетически осмысливая его, внося художественные образы и знаки, создавая живописные панно, барельефы и скульптуры, с уче-

том их восприятия в среде. Дизайнер же это «пространство обору-
дует» под определенные функциональные процессы, протекающие
здесь, формируя технологически и физиологически комфортную для
человека среду. В этой ситуации происходит осознание собственной
деятельности в процессе проектирования.

Ле Корбюзье писал, что композиция – не только выражение ин-
туитивной гармонии, но и в такой же мере продукт осознанного вы-
бора. «Грамматика форм» дополняется, усложняется «конструкци-
ей» и изображением действия. Происходит превращение в новую
структуру, обогащение образно-смысловыми содержательными со-
ставляющими. У каждого учащегося появляются индивидуальные
средства творческой работы. Пары композиций в виде упражнений
на противопоставления, а особенно в выразительности этих противо-
поставлений стремятся предотвратить простое «конструирование
картинки» путем механического подбора форм, поэтому сразу возни-
кает вопрос: «А почему это надо изображать именно так?». Необхо-
дим поисковый этап на эскизном уровне. Важна персональная интер-
претация студентом поставленных задач. Таким образом, у студента
нарабатывается определённый свой инструментарий.

Основной целью композиционной подготовки студентов на тре-
тьей ступени обучения на специальности «промышленный дизайн»
должно быть развитие самостоятельного аналитического мышления
и умения синтетически перерабатывать в дизайн–практике; уметь де-
лать правильные выводы композиционного анализа произведений
различных видов искусств и философских тенденций в области про-
мышленной эстетики и не только.

Что дает система тестовых упражнений преподавателю? Если вы-
строить ряд выполненных упражнений не по принципу значимости
(или сложности), а по личности студента (ученика), то мы увидим,
как проявляется мировоззрение и мироощущение обучающегося,
т.е. вырисовывается его творческий «портрет», его потенциал. Ста-
новится более понятным, какие рекомендации для него наиболее
эффективны при выполнении пропедевтических заданий или курсо-
вых работ. Да и сам студент, познакоившись с системой противо-
поставлений, обратит внимание на разницу того, что в композиции
важнее формальная структура, а в жизни всё-таки содержательная
составляющая. И много ли общего в этих понятиях с философской

прикладной точек зрения?

Развивать виртуозное владение композиционными навыками у студентов – значит дать будущему дизайнеру возможность быть, по мнению Евгения Роземблюма, «возбудителем беспокойства» в обществе, то есть постоянно выходить за пределы сложившихся стереотипов, ломать их, создавать новые оригинальные формы, раскрепощать человека от давления закостеневающей и, потому давящей, предметной среды, чему способствуют природные, региональные и этнографические факторы.

Все новые идеи должны быть облачены в новую художественную форму, и в будущем дизайнере надо развивать и координировать его физические, чувственные, духовные и интеллектуальные силы в их гармонии.

Г. О. ПРОШИН

Новосибирская государственная архитектурно-художественной академия

ЧТО ЕСТЬ ДИЗАЙН И ЧТО - НЕ ДИЗАЙН?

Цитаты: «Требуется художник-дизайнер»; «Выполняем дизайн ногтей»; «Ищем ландшафтного дизайнера»; «Сделаем дизайн декора интерьера»; «Диван представлен в пяти разных дизайнах»; «Оформим дизайн вашей квартиры» и т. д...

Как видим, слово «дизайн» стало настолько модным, что его применяют везде, где речь идёт о красоте. При этом выпускники школ и изостудий, поступающие в Академию на специальность «Дизайн», искренне считают, что будут заниматься искусством – и очень удивляются, когда узнают, что дизайн – вообще не искусство.

Давайте вернёмся к истокам и определим, что же такое ДИЗАЙН.

Design (англ.) – замысел; план; умысел; провидение; промысел; цель; намерение; проект; чертёж; эскиз; конструкция; рисунок; узор; композиция; расчёт; предназначение; схема; занятие проектированием; исполнение; выполнение; создание чего-либо; называть; обозначать. /Большой англо-русский словарь. Т. 1. «Русский язык», М., 1987/.

Дизайн – различные виды проектной деятельности, имеющие целью формирование эстетических и функциональных качеств предметной среды. /Советский энциклопедический словарь. «Советская энциклопедия», 1986/.

Дизайн – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя. Дизайн стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которая обусловлена промышленным производством. /Определение дизайна, предложенное Томасом Мальдонадо и утверждённое на VI Конгрессе ИКСИД. (http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD#cite_note-1/.)

Существуют и альтернативные определения этого вида творческой деятельности:

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 – неразрывная взаимно обусловленная связь эстетик и технологий, в которой эстетика задает содержание (суть) вещи или процесса, а технологии – их форму. /Там же/.

К настоящему времени дизайн как технико-эстетическая деятельность «распочковался» на несколько направлений – графический (полиграфическая продукция, web-дизайн, реклама и визуальные коммуникации); средовой (интерьеры, городской дизайн, фэст-дизайн); дизайн одежды (тесно связанный с промышленным – в отличие от проектов «кутюрье»); и, собственно, промышленный (все виды продукции, производимой машинным способом, с которыми манипулирует человек-пользователь).

Из всего вышесказанного следует, что под определение «Произведение дизайна» подпадают объекты разработки – выражаясь «по-старому» – художников-конструкторов, обладающие следующими характеристиками:

1. Имеющие утилитарную («полезную», не декоративную) функцию;
2. Воспроизводимые промышленным способом, станками (а не «вручную»);
3. Тиражируемые, т. е., произведённые во множестве экземпляров, не единичные;
4. Используемые человеком-потребителем (не для роботов или станков);
5. Обладающие эстетическими качествами.

Таким образом, формулируем современное определение дизайна: «Технико-эстетическая деятельность проектировщика, направленная на разработку эстетически выразительных утилитарных объектов, тиражируемых машинами для человека-потребителя», или, «по-простому»: «Полезная красота, тиражируемая машинами для человека».

Исходя из этого определения, можно отсеять те виды деятельности и продукты, которые не являются дизайнерскими (на примерах из начала статьи).

«Дизайн ногтей» - не дизайн, т. к. его «объекты» не имеют утилитарной функции (только эстетическую);

«Художник-дизайнер» - либо тавтология (дизайнер – он и есть художник-конструктор), либо просто безграмотное выражение – художник изображает, украшает, но не проектирует и не конструирует;

«Ландшафтный дизайн» - не существует, т. к. данное произведение - образ ландшафта - не тиражируется промышленным способом;

«...дизайн декора интерьера» - смешение понятий: декор – украшение, эстетическая функция, дизайн интерьера предполагает улучшение функциональности (т. е., утилитарности) помещений. Кстати, если дизайнер среды при проектировании интерьера ограничивается подбором отделочных материалов, мебели и «света», а не улучшает функции - он становится не дизайнером, а художником-декоратором интерьера;

«Диван в пяти дизайнах...» - образ, спроектированный дизайнером, у дивана один, а вот исполнений или вариантов отделки – несколько. Если имелась в виду модульная конструкция или возможные трансформации – это заслуга дизайнера, если несколько видов материалов отделки – предложения от декораторов;

«Оформление дизайна...» - просто безграмотность. Художник-

оформитель, если ему поручить переработать образ интерьера, может изобразить, как будет выглядеть помещение с применением других материалов для отделки – но никогда не улучшит функциональные параметры интерьера и его «наполнения» – налицо художественная сторона дела при полном отсутствии дизайнерской.

И, в качестве заключения – отличия дизайнерской деятельности от искусства.

В целях – художник выражает личные впечатления и настроения, ему интересно быть отличным от других, оригинальным. Главная цель – самовыражение. Дизайнер выражает интересы социальной группы потребителей, его цель – максимально удовлетворить функциональные и эстетические запросы пользователей его произведений. В дизайне нет понятия «Я»...

В методах – художник в процессе творчества пропускает образы через своё сознание, преобразует их через своё видение мира и изображает результат в своих произведениях. Дизайнер – изучает законы технической эстетики, эргономику, основы проектирования и конструирования и применяет их при создании образа объекта, т. е., работает с объективной реальностью.

В функциях объекта-произведения — произведение искусства не имеет утилитарной ценности, его назначение — вызывать определённое впечатление, создавать настроение, украшать что-либо. Произведение дизайна всегда имеет некую полезность, физическую функцию (действие, для которого объект предназначен).

В отношениях «автор-произведение» – художнику крайне важно, чтобы зритель («пользователь» произведения) поразился и запомнил автора, дизайнеру это принципиально не интересно — главное, чтобы потребитель получил удобный и красивый объект для использования.

В. Н. СМЕРНОВ

Новосибирская государственная архитектурно-художественной академия

КУРС «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» В НГАХА

В НГАХА, начиная с первого курса, уделяется большое внимание вопросам освоения студентами специальности «дизайн» этапов проектирования. Кроме основной дисциплины «проектирования», на это нацелены такие курсы, как «Введение в специальность», «Основы творческих методов» и др. Итоговым курсом, знакомящим будущих специалистов с методами профессионального проектирования, является курс «Организация проектной деятельности». Эта дисциплина даётся в осеннем семестре шестого курса, перед выходом студентов на дипломное проектирование. Задачей курса является обобщение всех знаний студентов о методике дизайн-проектирования, которые они получили в процессе пяти лет обучения, а также подготовка их к самостоятельной работе после окончания ВУЗа. На взгляд сотрудников кафедры, такая подготовка является необходимой в условиях современного состояния рынка дизайнерских услуг. Это даёт молодым специалистам чувство независимости и уверенности в условиях жесткой конкуренции и постоянного давления со стороны заказчиков.

Данный курс состоит из лекционного материала, консультационного этапа и выполнения итоговой работы. Лекционный материал знакомит студентов с основными этапами дизайн-проектирования в профессиональной деятельности. Эти этапы начинаются со знакомства дизайнера с заказчиком. На этой стадии показывается, как заинтересовать заказчика в творческом потенциале исполнителя, обрисовать выгоды сотрудничества и возможность реализации конечного дизайн-продукта. Далее студенты знакомятся с перечнем необходимых основных документов и исходных данных, которые являются нормативной базой для обоснованного и продуктивного проекта. Такими материалами, особенно для объектов средового дизайна, являются разрешительные документы, подтверждающие право заказчика на собственность или на долгосрочную аренду объектов проектирования, обмеры, фотофиксация, планы БТИ и другие

документы. Особое внимание в лекционном материале уделяется предпроектному этапу, в том числе составлению технического задания на проектирование. Далее идёт описание основных этапов проекта: проработка альтернативных вариантов или концептуальное проектирование, выбор основного варианта и его доработка до этапа эскизного проекта, этап согласования эскизного проекта в необходимых инстанциях и выдача заданий смежникам на основе эскизного проекта, согласование со смежниками всех разделов проекта и на этой основе разработка рабочей документации. Следующим этапом является комплектация всех разделов проекта, кроме смежных, включающих разделы ХК (художественно-конструкторский раздел), марки АИ и АР (архитектурные интерьеры и архитектурные решения) для объектов средового дизайна, оригинал-макеты для объектов графического дизайна и чертежи выкроек и лекал для моделирования одежды.

В лекционном курсе студентам даётся понятие о том, что конечной целью проектирования является не создание и выпуск документации, и даже не его реализация. Конечной целью дизайн-проекта является то отношение, которое возникает у потребителя (и не всегда это будет заказчик, как в случае с общественным интерьером или изделием бытового назначения) к объекту проектирования в процессе его потребления. Если это отношение будет положительным, значит дизайнер выбрал правильный вектор концептуального проекта, в полном объёме разработал комплект документации, довёл проектные предложения до реализации в процессе авторского надзора, в конечном счете, верно уловил потребности основной группы пользователей этого объекта или изделия.

Особое внимание в процессе лекционного курса уделяется роли технического задания на проектирование. Техническое задание на дизайн-проект, грамотно и полно составленное, четко определяет взаимоотношения между заказчиком и исполнителем на всех стадиях проекта. Зафиксированное в виде документа техническое задание определяет ответственность исполнителя перед заказчиком по объёмам и срокам прохождения проекта с одной стороны, а с другой защищает исполнителя от необоснованных претензий заказчика, возникающих в ходе проектирования. Не секрет, что в процессе работы над проектом заказчик завышает требования к проекту как по

количеству объектов разработки, так и по объёмам разрабатываемой документации. Техническое задание, в котором зафиксированы объёмы документации и требования к её качеству, является гарантией защиты от таких завышенных претензий.

Техническое задание, согласованное заказчиком и исполнителем, является основой для оценки стоимости дизайн-проекта. В процессе лекционного курса студенты знакомятся с факторами, которые влияют на критерии оценки стоимости проекта. Такими факторами являются: степень значимости объекта проектирования, квалификация исполнителя, сложность проработки и количество представленных вариантов. На лекциях студенты знакомятся с «Рекомендациями по определению величины авторского гонорара на выполнение дизайнерских работ», и в соответствии с этими документами они составляют смету стоимости дизайн-проекта по теме своего дипломного проекта.

К моменту завершения курса «Организация проектной деятельности» студент 6-го курса уже определился с темой своего дипломного проекта, собрал значительную часть материалов по аналитическому разделу пояснительной записки. Поэтому, тема, задачи, объёмы и этапы дипломного проекта четко определены дипломником. Студентам предлагается зафиксировать эти параметры в соответствии с графиком прохождения проекта, согласованного кафедрой дизайна НГАХА и выполнить ориентировочную оценку стоимости проекта на основе «Рекомендаций...». Такое техническое задание, составленное студентом, входит в состав пояснительной записки в раздел «Экономическое обоснование проекта», а также является отчетной работой по итогам курса «Организация проектной деятельности».

В заключение хочется отметить, что, если пять лет тому назад, когда данный курс еще не был введен, количество молодых специалистов, после окончания ВУЗа, обращавшихся с вопросом «Как расценить свою работу?» было значительным (5-7 человек в год), то в последнее время с подобным вопросом обращается 1-2 человека. Следовательно, этот курс является полезным для молодых специалистов, начинающих работать самостоятельно.

В. В. ТИПИКИН, Н. В. КОЛБИНА

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

ПРОЕКТНАЯ ГРАФИКА. ВОПЛОЩЕНИЕ ИДЕИ

С древнейших времен человек, прежде чем осуществить свою идею улучшения жизни при помощи устройств и процессов, отобразил свои мысли на стенах пещеры, на песке, на папирусе или на бумаге. Причем делал это понятным для окружающих, используя графические языки образов, символов и текста. Накопленный опыт человечества в сфере визуальных коммуникаций необходим для познания его студентами дизайнерских вузов, для получения знаний, умений и навыков в области визуализации и презентации проектных идей и развития образно-эмоционального, конструктивного и креативного мышления. В дизайне визуальных коммуникаций непосредственно само по себе графическое воплощение зачастую является конечным продуктом, например плакат, товарный знак или этикетка. Это воплощение тиражируется при помощи технологий практически в неизменном виде. Поэтому «проектность» графики выходит на первый план в разработках таких объектов.

В ходе методических исследований авторами были разработаны принципы, позиционирующие учебную дисциплину «Проектная графика» в курсе графического дизайна, которые выделяют ее среди ряда других дисциплин, так или иначе связанных с получением графических навыков, таких как «Техники графики», «Композиция» или «Академический рисунок». Следование этим принципам определяет не только качество учебных проектов (графических работ), выполненных по данной дисциплине, но и формирует в процессе обдумывания и исполнения проектное мышление, определяющее графического дизайнера. При этом под понятием «графика» мы имеем в виду и любые другие способы визуализации проектных идей, будь то коллаж, живопись или 3D-моделирование.

Подчиненность графики конкретным целям и задачам. Определяет данную дисциплину как «проектную». Целеполагание – отправная точка начала работы над проектом. Студенту дизайнеру приходится пытаться достичь поставленной перед ним цели, решая определенные профессиональные задачи. Каждое задание является проектом

«в миниатюре», некой репетицией учебных проектов. Таким образом происходит обучение методике проектирования и методологии дизайна.

Технологичность, как основная характеристика графического продукта. Является одной из первостепенных технических задач дизайнера любой специализации. Касаясь графики, имеется в виду создание образца, легко воспроизводимого в определенных условиях и ограничениях технологии передачи. Для понимания специфики технологичности используются приемы графического обобщения (пятно, силуэт, однолинейный рисунок) подходящие для воспроизведения практически любыми технологиями печати. Образцы графического дизайна, решающие данную задачу, лаконичны и обладают достаточной степенью детализации.

Морфология. Язык графического дизайна. Специфика понимания формы дизайнерами визуальных коммуникаций не должна ограничиваться формой листа бумаги. Используемые графические языки могут быть объемными. Кроме того, дизайнер график должен получить знания о методе, как взаимодействии инструментов, процессов и технологий. Вместе с пониманием логики построения физической формы дизайнер-график знаком с конструированием словесных форм на различных уровнях: нэйминг, разработка логотипа, копирайтинг.

Стилистика. Культурно-историческая основа выражения. Графический дизайнер владеет знаниями по истории искусств, поэтому он понимает стиль, как эстетическое единство содержания и многообразных сторон художественной формы. Понимая логику стилизации, дизайнер может использовать свои знания в различных проектах, используя элементы известных стилей или создавая свои.

Концептуальность – основное качество замысла и исполнения. Принципиально важный для дизайна слой взаимодействия его теории и практики. Профессионально-творческая установка, приводящая к поиску авторской аутентичности, выработке индивидуального подхода к идеям и их исполнению. Студентам, специализирующимся на дизайне визуальных коммуникаций необходимо каждый раз придумывать новые ходы в сверхкоммуникативном пространстве, пытаться завладеть вниманием адресата, вырабатывать конкурентоспособные идеи и пытаться искать новые графические решения. Задача преподавателей состоит в том, чтобы постоянно ставить перед

студентами новые, неожиданные и крайне некомфортные задачи, заставляя их находить оригинальные решения и развивая, таким образом, способности мыслить нестандартно.

Интеллектуальность. Графика как математика. Предлагается определенный набор учебных упражнений, связанный с интеллектуальным развитием студента, обучающегося графическому дизайну. Проекты такого рода связаны с подключением знаний научных дисциплин, использование их законов и логики. Например, работы Мориса Эшера были взяты за основу отдельного учебно-методического блока «Конфигуративная комбинаторика». Методический курс включает в себя упражнения по оптическим иллюзиям. Эти задания позволяют проявить свой умственный потенциал, развить мышление и понять некоторые особенности языка графического дизайнера в области соединения смыслов в одной лаконичной форме.

Знаковость. Смысл и форма выражения. Графический дизайн является выражением идеи в знаковой форме. Знаковость проявляется не только на уровне графического исполнения, подразумевающего образность, лаконичность и запоминаемость, но и на уровне смысла, ведь каждый проект дизайнера связан с поиском его места в культуре, в которой он должен работать, в которую он будет погружен. Знак должен быть понятен адресату и легко расшифровываться.

Актуальность. Соответствие современным тенденциям. Студент, обучающийся дизайну визуальных коммуникаций, обязательно должен быть в курсе последних тенденций в области своих профессиональных интересов (помимо знаний по истории дизайна). Он должен не только отслеживать, но и уметь анализировать и структурировать их, а также критично воспринимать модные техники и современные стили, использовать их, избегая прямого цитирования и копирования.

Кроме вышеизложенных принципов формирования подходов к выполнению заданий по проектной графике, требованиями к студенту являются: пропедевтическая тщательность и аккуратность выполнения работы, композиционная выверенность как обязательное условие, адекватная тематике эмоциональность образов, многообразие техник визуализации, включая современные компьютерные и мультимедийные технологии.

О. Б. ЧЕПУРОВА

Оренбургский государственный университет

ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ ДИЗАЙНА В УСЛОВИЯХ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

Универсальная характеристика проектной культуры – единство традиции и обновления. В современном обществе базисной ценностью является обновление, новаторство. Всякая новация – научная, художественная, технологическая – имеет индивидуального автора. Истинный дизайнер или художник – всегда создатель или искатель чего-то нового.

При всем этом никогда нельзя забывать, что при анализе методов и принципов формирования проектной культуры необходимо обращать особое внимание на специфику развития традиционных и профильных видов деятельности, сложившихся в данной стране или регионе. Каждый вид деятельности должен в свою очередь рассматриваться со стороны стилевых, этнических, урбанистических, семиотических, эстетических, нравственных и т.д. позиций, являющихся формирующими компонентами в развитии проектной культуры регионов. Соотношение данных компонентов обусловлено теми или иными задачами, ставящимися государством с целью своего самоопределения, формирования собственного имиджа, самоидентификации в экономическом, политическом и культурном пространстве. Решение этих задач возможно при внимательном и бережном отношении к традициям провинциальной культуры и каждой отдельно взятой этнической группы.

Современный дизайн – это деятельность и социальный институт, оказывающий влияние на отношение человека к материальному миру. Идеи подобного влияния не являются новыми: исторические традиции материально-предметного творчества с древнейших времен выполняли одни и те же задачи. На их основе сложился богатейший опыт протодизайна, который в концентрированном виде составляет сегодня наиболее значимую в культурном отношении основу отдельно взятых школ дизайна. И в первом, и во втором случаях кристаллизуются и поддерживаются естественным ходом жизни наиболее плодотворные мысли, действия и взаимоотношения в системе

«человек - среда обитания».

Основная часть населения в нашем государстве представляет мозаику из этнических групп, стремящихся сберечь свои традиции и устои. По закону самосохранения наций, чем меньше этническая группа, тем активнее она проявляет свою инициативу в процессе сохранения своих обычаев и жизненного уклада. Поэтому, любая дизайн идея, нацеленная на разработку и выпуск изделий в производственных масштабах, должна ориентироваться на группу определённых потребителей, а дизайнер должен понимать, что, проектируя объекты предметно-пространственной среды, он играет немаловажную роль в формировании интеллектуальной и материальной культуры населения.

Рассматривая формирование среды в различных странах мира (Варшава, Берлин, Калгари, Амстердам и т.п.), мы понимаем, что отличительной чертой этих городов является сохранённая ими историческая часть застройки. Современные архитектурные сооружения в основном создаются универсального характера и не отражают национальную принадлежность, так как внутреннее их содержание (офисы, торговые площади, учреждения для развлекательных или учебных мероприятий, пункты общественного питания и т.п.) предполагает возможную смену арендатора, а, следовательно, и смену функционального назначения. Исключением являются узкоспециализированные постройки (театры, музеи, научные и учебные заведения, т.п.) и китайские кварталы, которые резко отличаются характерным декором с ярко выраженным национальным колоритом, независимо от того в какой стране они расположены. Основная цель создания архитектурных произведений в большей степени заключается в организации комфортной, в плане функции, среды обитания с использованием современных инновационных технологий. Миссия по созданию художественно-образного наполнения средового пространства, отражающего неповторимый образ страны, этническую или национальную её особенность, сочетающуюся с современными технологиями, переносится в средовое пространство интерьерного и экстерьерного характера. Дизайнерам интерьеров, ландшафта, дизайнерам декораторам часто приходится решать задачи подобного плана.

Мебель и бытовая техника, предлагаемые современным рынком,

как и стены жилого пространства чаще всего становятся только основой для функционального решения среды. Основная нагрузка на формирование художественно-образного наполнения проектируемого пространства ложится на предметный дизайн, изделия декоративно-прикладного и изобразительного искусства. Производство современных объектов материальной культуры, несущих на себе черты традиционных промыслов, позволяет удовлетворять предпочтения, вкусы, привычки потребности всех слоёв населения и создавать для него наиболее благоприятное средовое окружение. Если сравнить предметное наполнение жилого пространства татар, башкир, казахов, чувашей и пр. с предметным наполнением населения, проживающего на границах с прибалтийскими странами, граничащими с государствами кавказских национальностей или регионами дальнего севера, то разница будет очевидна. Однако, попадая в торговые центры этих регионов, мы обнаруживаем, что их наполнение практически однообразно. Разница может быть заметна только в рядах, предлагающих населению одежду, так как ассортимент этого вида продукции позволяет поставщикам наиболее точно угадывать предпочтения населения того или иного региона.

Аналитических работ, посвященных определению специфики проектных процессов в дизайне, способствующих решению проблем, возникающих в мультикультурных или трансграничных регионах, практически нет. В этих условиях определенная группа дизайнеров может быть занята решением проектных задач, способствующих развитию культурного пространства регионов данного типа, тем самым импulsировать этнокультурные традиции, исторические предпосылки, способствовать наращиванию всех видов творческого потенциала и формированию проектной культуры новой формации, способной учитывать интересы всех социальных слоев населения. В свою очередь трансграничные регионы с мультикультурным составом населения должны играть роль своеобразных «лабораторий», позволяющих решать проектные задачи построения полиэтнического средового пространства, интегрирующего межгосударственно-межрегиональное множество норм, ценностей, убеждений и т.д.

Сегодня можно утверждать, что феномен трансграничности в дизайне должен базироваться на внедрении творческих проектных идей, включающих в себя традиционные и инновационные методы

формообразования, в синтезе с научными познаниями философии, психологии, социологии и др. наук, занимающихся изучением различных сфер деятельности человека и общества в целом. Одним из главных качеств трансграничности в проектной деятельности является способность дизайнеров в своих идеях использовать инновационные процессы, происходящие в культурном, политическом, социальном и научном пространстве, и внедрять получаемый результат в проектное решение. Наиболее значимый процесс проектного взаимодействия в дизайне это участие его в выстраивании толерантных взаимоотношений между всеми структурами общества. Для этого в трансграничном пространстве дизайн должен формировать политику, способствующую процессу развития и становления дизайн-культуры новой формации, ставящей перед собой задачи определения синтеза инновационных и традиционных методов проектирования и цели, формирующие проектные принципы и модели создания единого этнокультурного толерантного пространства на основе экокультурного императива.

С. Г. ШЛЕЮК

Оренбургский государственный университет

ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И СОТРУДНИЧЕСТВА КАФЕДР «РИСУНОК И ЖИВОПИСЬ», «ДИЗАЙН» И ОРЕНБУРГСКОГО ОБЛАСТНОГО МУЗЕЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ

Рассматривая основные требования новой двухуровневой системы образования, обращаем внимание на особое отношение к системе адаптации будущего специалиста в профессиональную среду. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки Дизайн среди ряда задач профессиональной деятельности будущих специалистов указывает на такие как - необходимость владения методами творческого процесса; способность понимать принципы разработки и выполнения дизайн-проектов; обладание знаниями и конкретными представлениями об основах художественно-промышленного производства. Эти задачи подразумевают наличие профессиональных

компетенций, формируемых на основе производственного и творческого опыта, как студентов, так и преподавателей высших учебных заведений.

Подобный опыт взаимодействия существует в Оренбургском государственном университете. В 2009 году между кафедрами рисунка и живописи, кафедрой дизайна и музеем изобразительных искусств был заключен договор, включающий в себя целый ряд направлений сотрудничества, такие как художественное, проектное, информационно-технологическое. Практически все эти виды профессиональной деятельности отвечают требованиям новой формы высшего обучения.

Договор включает в себя «...готовность осуществлять сотрудничество в решении актуальных проблем теории, методологии и практики изобразительного искусства и дизайна, народных промыслов Оренбургской области, вопросах совершенствования кадров через организацию семинаров, конференций, выставок, мастер-классов для студентов, в реализации больших возможностей Музея в деле повышения квалификации и в прохождении научных стажировок преподавательского состава Университета».

Сотрудничество оказалось многогранным. Помимо посещения выставок и мастерских художников, членов Союза художников России, в рамках договора проводились встречи с искусствоведами, мастер-классы, семинары по различным тематикам, включающие проблемы технологии, практики и методологии изобразительного искусства и дизайна. В музее изобразительных искусств стало ежегодной традицией проведение новогодней выставки, на которой большое внимание отводится историческим экспонатам и раритетам графического дизайна. Принципы построения экспозиции, подбора материала, частичное его составление, реконструкция и исполнение возложено на студентов кафедры дизайна под руководством заслуженного работника культуры, доцента Г. А. Найданова.

В 2010-2011 гг. кафедра рисунка и живописи зарегистрировала Госбюджетную не финансируемую научно-исследовательскую работу по теме: «Анализ творческих тенденций живописи, графики, скульптуры и декоративно-прикладного искусства, представленных в Оренбургском отделении Союза художников России (1960-2010 гг.)». В рамках этой работы в марте 2011 г. в областном музее изобрази-

тельных искусств была проведена выставка «Реконструкция проекта супрематической росписи первого советского театра в Оренбурге (1919-1921)». Экспонаты к выставке были подготовлены студентами группы 06ГД под руководством к.иск., доцента И. В. Смекалова, который во время учебного процесса синтезировал научную и учебную деятельность. Студенты изучали исторический материал, относящийся к этапам зарождения и развития первого высшего учебного заведения, выпускающего специалистов художественного профиля в Оренбурге (филиал УНОВИСа). Исследованные материалы и работа над реконструкцией художественных произведений 20-х годов легли в основу научного труда И. В. Смекалова и дали толчок к активной творческой деятельности группы студентов. В процессе работы были реконструирован эскиз занавеса И. Кудряшова (исполнили студенты 06ГД А. Танцев, Е. Алпатова) и удалось выполнить виртуальную модель зрительного зала 1-го Советского театра в Оренбурге (исполнил Д. Комаров). В июне 2011г. вышла в печать в Оренбургском книжном издательстве монография И. В. Смекалова «УНОВИС в Оренбурге. К истории художественной жизни российской провинции. 1919-1921». Презентация книги состоялась в торжественной обстановке в областном музее изобразительных искусств, а в 2012 г. книга стала лауреатом VIII Международного книжного салона (Санкт-Петербург) в номинации «Книги по искусству».

Подобная совместная деятельность вырабатывает у студентов методы владения творческим проектным процессом; на примере исторического опыта учит выполнять поисковые эскизы, добиваться гармоничных композиционных решений в проектировании дизайн-объектов; направляет на создание осмысленного конкретизированного художественного образа; учит практическим навыкам различных видов изобразительного искусства и способов проектной графики. Помимо этого заинтересованность студентов в творческой и научной деятельности привела к организации выставки «Молодые художники Оренбуржья», которая впоследствии стала ежегодной.

В 2010 г. в музее проводился ремонт залов, это дало возможность привлечь студентов под руководством преподавателей к конкретной задаче разработки и выполнения дизайн-проекта, который включал в себя:

- проектирование композиционного, структурного и колористическо-

го решения всех залов музея;

- конструктивную организацию выставочного оборудования;
- дизайн штор;
- выполнение эскизов в 3D моделировании;
- разработку графических элементов и полиграфической продукции;
- архитектурно-художественный надзор и т.д.

В процессе работы над проектом у студентов на конкретном примере, с учетом пожеланий и требований заказчика, вырабатывалась способность понимать принципы разработки и выполнения дизайн-проектов; формировалась ориентированность на создание оригинального проекта, включающего комплекс объектов различного профиля и назначений; определялась индивидуальная форма работы и адаптация к различным направлениям деятельности в рамках среднего дизайна. При этом учитывались практически все требования заказчиков, применялись знания принципов организации современной экспозиции музеев изобразительных искусств, в проекте обращали внимание на региональные условия и природные особенности. Необходимо отметить, что, несмотря на определенный риск заказчика в определении исполнителя проекта, результатом итоговым он остался доволен, как впрочем, и стоимостью проекта. Подобный вид деятельности оказался взаимовыгоден как для учебного заведения, так и для областного музея, так как в качестве основной задачи сотрудничества Музей и Университет рассматривали развитие и совершенствование качества профессиональной подготовки преподавателей, а также студентов специальностей «Архитектура», «Дизайн архитектурной среды», «Дизайн». Решение этой задачи позволит удовлетворить нужды региона в высококвалифицированных специалистах.

О. Г. ЯЦЮК

Национальный Институт Дизайна

РОЛЬ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ В ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Компьютеризация потребовала повсеместного изменения стан-

дартов подготовки дипломированных дизайнеров. Анализ состояния дизайн-образования в нашей стране показал, что среди разнообразных российских школ профессиональной подготовки особое место занимают те, в которых ведется грамотное и планомерное обучение компьютерным технологиям. Качество профессиональных разработок дизайнера-выпускника напрямую зависит от качества владения им компьютером.

Предлагается концепция компьютерной подготовки современных дизайнеров. Методика ориентирована на одновременное включение художественного и технического мышления и реализуется посредством погружения в компьютерную среду.

Она базируется на следующих положениях:

Условие успеха в освоении компьютерных средств дизайна - синкретизм художественного и технического мышления.

В процессе изучения графических редакторов необходимо максимально использовать возможности интерактивных мультимедиа.

Подготовка и непрерывная переподготовка специалистов-дизайнеров, владеющих компьютером, зависит от стремительно развивающихся компьютерных технологий, поэтому сама методика как элемент эволюционного художественно-технического процесса, является «открытой системой».

Сформулированы общие требования:

- Компьютер как новое средство проектирования должен изучаться параллельно с традиционными инструментами и методами работы дизайнера, наряду с общепрофессиональными дисциплинами, такими как живопись, рисунок, макетирование. Освоение технического и программного обеспечения должно начинаться как можно раньше и продолжаться на протяжении всего цикла обучения.

- Расширение компьютерных возможностей – непрерывный процесс, поэтому, целесообразно расширить блок технических дисциплин курсом, знакомящим студентов с основами вычислительной техники, теорией кодирования, тенденциями развития компьютерной культуры. Эти знания позволят будущим специалистам в дальнейшем самостоятельно изучить любые возможности используемых программ или освоить появившиеся на рынке компьютерного обеспечения новые графические редакторы.

- Важнейший аспект, обеспечивающий уверенное пользование ком-

пьютерными технологиями в работе дизайнера – объединение знаний на стыке технических наук и художественно-творческих навыков, поэтому освоение компьютера должно быть интегрировано в процесс изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин. В этом случае понимание компьютерных программ происходит как изучение разговорного языка, усваиваемого во время выполнения других видов деятельности в среде носителей этого языка.

Подобный подход позволяет совершенствовать приемы применения компьютерных технологий и активно включает их в методы художественного проектирования.

МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ УРАЛГАХА

Н. БУБЛИК

О ДИАЛОГЕ В ДИЗАЙНЕ

Все основные профессиональные проблемы дизайна концентрируются вокруг его языка (8). На данный момент как на теоретическом, так и на практическом уровне, рассматривалась в основном лишь одна сторона этого вопроса: проектный язык как средство решения поставленной задачи и способ передачи этого решения. Однако деятельность дизайнера не ограничена специальными задачами, дизайнер исполняет роль посредника между производством и человеком, он вынужден вступать в диалог с различными людьми в процессе работы (6, 8). Коммуникация дизайнера с окружающим миром в настоящее время протекает со значительными трудностями, поэтому дизайну необходим новый язык для её осуществления.

Следуя семиотическому подходу, под языком мы будем понимать всякую коммуникационную систему, пользующуюся знаками, упорядоченными особым образом (8).

В 2009 году в России было проведено исследование о роли дизайна в бизнесе [9]. 45% опрошенных компаний отводят дизайну значительную роль. По сравнению с исследованием, проведённым

за 3 года до этого, значение дизайна с точки зрения бизнесменов увеличилось в три раза. Несмотря на возросший интерес к дизайну в 2009 году, большинство респондентов отмечали сложности в коммуникациях с отделом дизайна, большие, чем с другими отделами. Обратимся к природе проблемы выстраивания взаимоотношений исполнителей и заказчиков в дизайн-проекте.

Изначально дизайнер получает в одной знаковой системе, то есть на национальном языке, задание на проектирование – это внешняя сторона языка (письмо) (5). Дизайнер обращается к внутренней стороне этого текста – к смыслу, для дальнейшей работы он переводит этот смысл на свой социальный диалект (этот термин ввёл А. Леонтьев (3) для обозначения своеобразного «языка» представителя той или иной профессии, класса, социальной группы, малопонятный людям, не принадлежащим к этой профессии или социальной группе). В процессе перевода дизайнер обогащает содержание текста, после чего облекает его во внешнее выражение другой знаковой системы – проектного языка.

Проектный язык – вторичная моделирующая система (наряду с мифом, религией и искусством), поэтому ему присущи характеристики языков этого класса, такие, как многозначность и сложность структуры и передаваемой информации (по сравнению с естественными языками) (4). Образы, заложенные дизайнером, могут трактоваться различно, иногда это усложняет процесс коммуникации. Проектный язык дизайнера – формальная система. Любой формальной системе приходится учиться. Так же, как мы учимся естественному языку, мы учимся и воспринимать язык дизайна (2).

Последний этап трансформации содержания – обсуждение готового решения с заказчиком. Термины, используемые в дизайне, такие, как стайлинг или функциональная зона, например, заказчику не всегда понятны, поэтому для обсуждения проекта зачастую используется разговорный язык. «В Москве, в Российском университете дружбы народов, составили частотный словарь русской разговорной речи. Частотный – значит слова в нём расположены не по алфавиту, а от слова, которое повторяется чаще всех остальных, к самому редкому. В этом словаре 2380 слов... Значит, 2-3 тысячи слов вполне достаточно для разговора» [3]. Логично предположить, что образы, о которых говорит и которыми мыслит дизайнер, достаточно сложно

передать на разговорном языке.

Происходит многократная адаптация смысла к различным знаковым системам, что обычно приводит к частичной потере этого смысла или к его искажению.

Функция своеобразного «переводчика» для дизайнера одна из самых значимых. В процессе обучения этой функции у дизайнера формируется специфическое дизайнерское мышление. Особенности дизайнерского мышления выявил английский учёный Ловсон (7). «Дизайнер учится думать в эскизных формах, превращая абстрактную модель требований потребителя в конкретный образ предмета. Этот тип мышления аналогичен изучению искусственного языка, где с помощью кода (системы кодов) “мысли” переводятся в “слова” и где структурируются связи между явлениями (звуки и значения - в языке, артефакты и потребности - в дизайне). Дизайнерские пути познания воплощены в кодах. Детали кодов варьируют от одной дизайнерской специализации к другой, но, возможно, имеется глубокая структура дизайнерских кодов» [7].

Проблемы, которые решает дизайнер, лежат не в его узкой области, а расположены на пересечении различных профессий. В зависимости от конкретной задачи это могут быть разные профессии. Дизайнеру приходится учиться языку каждой из них (эргономист – схемы, инженер – чертёж). Иногда только дизайнер понимает специалистов различных областей. В результате и в этой сфере ему опять же достаётся роль переводчика между этими специалистами, когда это необходимо.

Бесспорно, дизайну нужен новый язык. Уже на данном этапе мы можем предположить, каким он будет. Функции нового языка:

1. Коммуникативная (3);
 2. Орудийная (3);
 3. Закрепление результатов мышления (3);
 4. Усвоение человеческого опыта, закрепление и сохранение;
 5. Орудие познания. По всей видимости, новый язык дизайна вберёт в себя характеристики нескольких знаковых систем (4).
1. Многозначность. Необходимый аспект, так как дизайн является отражением культуры.
 2. Непрерывная трансформация языка, связанная с социокультурными изменениями.

3. Широкие рамки использования, так как нет строгого круга проблем, которые решает дизайн.
4. Фиксированное значение – необходимое условие для функции коммуникации.
5. Стоит учитывать, что языком дизайна будет пользоваться не только дизайнер, но и другие специалисты, поэтому он должен состоять из знаков, которые будут просты в использовании.
6. В языке дизайна останется сложность структуры и передаваемой информации.

Практически такой же язык, как мы описали, уже существует. Это инфографика. Его реальный недостаток лишь в том, что создателем текста на этом языке может быть только дизайнер. Другая знаковая система, которая имеет много общего с новым языком дизайна, – это китайские иероглифы. В этих иероглифах заложен не только смысл, который один человек хочет передать другому, они являются также отражением чувства, настроения и образа. «Китайские поэты мне говорили, что стихи нельзя слушать, их нужно читать – иероглиф рождает образ», – писал И. Г. Эренбург (3). «Времена «литературоцентричности» прошли, и культуре требуется новый центр. И очень вероятно, что именно дизайн вправе претендовать на роль такого центра» [1]. Язык в дизайне – ключевой вопрос, ещё Конфуций говорил: «знаки и символы правят миром, а не слово и закон».

Источники:

1. Балла О. Примечания к ненаписанному в 3 томах / О. Балла. – Franc-Tireur USA, 2010. – 926 с.
2. Жегин Л. Ф. Язык живописного произведения: Условность древнего искусства / Л. Ф. Жегин. – М.: Искусство, 1970 г. – 232 с.: ил.
3. Леонтьев А. Путешествие по карте языков мира / А. Леонтьев. – М.: Издательский Дом Мещерякова, 2008. – 352 с.
4. Структура художественного текста // Лотман Ю. М. Об искусстве / Ю М. Лотман. – СПб., 1998. С. 14–288.
5. Мирошниченко О. Ф. Тайны русского алфавита. Аз буки ведаю / О. Ф. Мирошниченко. – М., 2004. – 144 с.
6. Михайлов С. М. Основы дизайна: учеб. для вузов под ред. С. М. Михайлова / С. М. Михайлов, А. С. Михайлова – Казань: Дизайн-квартал, 2008. – 288 с., илл.
7. Сидоренко В. Ф. Дизайнерские методы познания [Электронный ре-

сурс] / В. Ф. Сидоренко // Дизайн в общеобразовательной системе. – М., 2012. – Режим доступа: http://rosdesign.com/design_materials2/diz_metod.htm

8. Черневич Е. В. Язык графического дизайна / Е. В. Черневич. – М. 1975. – 137 с.

9. Первое российское исследование: Роль дизайна в бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://design-management.ru/articles/articles/?id=127>.

М. ГОСТЯЕВА

ДИЗАЙН-ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ГЕОКУЛЬТУРНОГО ОБРАЗА УРАЛА

Современное общество – общество потребления.

И ему неинтересен Урал, неинтересна любая провинция, ведь это общество не знает как можно «потреблять» что-то небрендовое.

А. Иванов «Хребет России»

Россия активно втягивается в процессы мировой экономики. В условиях глобализации существенно возрастает роль отдельных регионов. Для расширения возможностей и укрепления своих позиций регионы вынуждены включаться в конкурентную борьбу между территориями за рабочие места, инвестиции, жителей и туристов [7]. Вхождение регионов в мировое экономическое пространство требует адекватного позиционирования локальных территорий и прогнозирования перспективных стратегий их развития. Необходимым условием формирования конкурентоспособной позиции региона становится выявление его территориальной индивидуальности, отличительных особенностей и положительных качеств.

Образ региона – это сложная система взаимодействия различных компонентов. Одними из приоритетных факторов, составляющих понятие образа региона, являются природно-географические и культурно-исторические особенности территории. Таким образом, регион представляет собой «серии культурно-географических образов, интерпретирующих локальное пространство» [3]. Но помимо того, что образ является опосредованным представлением реальности, и может меняться вместе с ней, он одновременно «... является фактором

изменения реальности в конкретной культуре – как один из рычагов влияния на традицию осмысления этой реальности» [3].

Урал является одним из перспективных регионов России. Согласно политическим, социально-экономическим стратегиям развития Уральского региона до 2020 г. колоссальные перспективы связаны с реализацией «мега проекта» «Урал Полярный – Урал Промышленный» [6] и освоением минерально-сырьевых ресурсов Полярного и Приполярного Урала.

В начале XXI века Урал находится в процессе самоопределения и осознания своей идентичности. Существующий образ Урала представляет собой стихийное и дискретное восприятие региона. «В контексте современного позиционирования он потерял свою привлекательность и даже приобрел негативный оттенок» [11]. Наблюдается недостоверное представление о регионе, основанное лишь на фрагментарных исторических знаниях. Урал не раскрывает в необходимой степени свой природно-географический и культурно-исторический потенциал, что препятствует формированию однозначного и подлинного образа региона.

Центральное положение Уральского хребта обуславливает описание Урала в роли «стержня» государства, «хребта России» или «объединителя равнин». С другой стороны, Урал выполняет важную географическую функцию, образуя условную границу двух частей света – Европы и Азии. Занимая промежуточное положение, он играет важную посредническую роль между Востоком и Западом, «...а устойчивые выражения “перевалить за Камень», “чрезкаменный путь” подчеркивают его значение транзитного перевала» [2]. Уникальное положение Урала определяет его характеристику как перекрестка и места встречи, « ... здесь сходятся как Запад с Востоком, так и Юг с Севером, образуя замысловатую «розу путей» [2].

Урал с палеолита создает на своей территории систему исторических и культурных ориентиров. Исторические памятники древности, архитектурные сооружения и промышленные объекты, природные заповедники – все это устойчивые образы, имеющие временную и географическую локализованность, а также завершенность облика. Иллюстрациями пространственных образов являются Аркаим, Невьянская башня, Ганина Яма, Кунгурская пещера, Мань-Пупы-Нер и др., предметных – различные артефакты такие как Золотая баба, Ши-

гирский идол, изделия промышленного искусства и т.д. Устойчивые образы достоверны в масштабе всего Урала, только когда они находятся в системе. При их единичном воспроизведении вне контекста происходит утрата целостности восприятия историко-культурного развития региона.

Формирование промышленного образа Урала стало «центром тяжести» в процессе исторического развития региона. Благодаря ему «из сугубо географического образа «Урал» в массовом восприятии превращается в геокультурный феномен» [9]. Урал как «горнозаводская цивилизация» (П. С. Богословский) становится мощным собирательным образом, в который включается обширная сеть смежных образов и смыслов. Он начинает распространять свое влияние на пространственную и предметную организацию социально-культурной сферы.

«Горнозаводское ядро» региона спровоцировало процесс формирования образа человека Урала. Через специфическую культурную ситуацию «края заводов» начали проступать общие очертания, единый неповторимый лик «уральца»: «...это упорство, гармонирующее с физической коренастостью, всегда выделяло «уральский характер» и на заводах, и на фронтах» [2]. Образ «уральца» словно выковывался в ходе своего исторического развития – от Ермака через Строгановых и Демидовых к Ельцину. В связи с этим, образ человека Урала связан с олицетворяющими регион персонажами, «...притом не в иконной стилизации, а в живой драматургии историко-антропологических портретов» [2].

Общность географии, истории, культуры, специфики территории, населения Урала являются предпосылкой создания целостного гармоничного образа территории. Вместе с тем, «интеграция и многообразие не являются противоречащими друг другу целями, но могут взаимно поддерживать друг друга» [10]. В связи с этим, территория Урала – это целостная многокомпонентная система, синтезом характеристик которой может быть представлена концепция единого образа региона. С помощью дизайна можно целенаправленно сконструировать образ Урала, создав при этом «программу» для политического, социально-экономического и культурного развития региона. Именно поэтому дизайн-интерпретация геокультурного образа Урала, основанная на неразрывной связи с территорией, культурны-

ми корнями и историческим опытом, имеет первостепенное значение при формировании актуального гармоничного и целостного образа Урала.

Источники:

1. Генисаретский О. И. Регионализм, средовое проектирование и проектная культура// Региональные проблемы жилой среды. М.: ВНИИТЭ, 1998.
2. Головнев А. В. Этничность и идентичность на Урале. Неопубликованные рукописи.
3. Замятин Д. Н. Геокультура: образ и его интерпретации // [Электронный ресурс]. URL: http://www.perspektivy.info/misl/koncept/geokultura_obraz_i_ego_interpretacii.htm
4. Иванов А. Хребет России. – СПб.: Издательская Группа «Азбука-классика», 2010. – 272 с.: ил.
5. Коновалов А., Еремина Е. Модель для сборки //«Эксперт Урал» / [Электронный ресурс]. URL: http://expert.ru/ural/2008/22/model_dlya_sborki/#comments
6. «Корпорация Урал Промышленный Урал Полярный» // [Официальный сайт]. URL: <http://www.cupr.ru>
7. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
8. Матвеев А. К. От Май-Хоя до Мугоджар. Свердловское Средне-Уральское книжное издательство, 1984. 12с.
9. Мурзина И. Я. Очерки истории культуры Урала [текст]: Монография / Мурзина И. Я., Мурзин А. Э. – Екатеринбург, 2008. – 412 с.: ил.
10. Папанек В. Дизайн для реального мира / пер. с англ. М.: Издатель Д. Аронов, 2008.
11. Рогова А. С. Новый Урал: проектная трансформация образа региона. Диссертация на соискание академической степени «магистр дизайна».

Е. ДОЛЖЕНКОВА

ФОРМИРОВАНИЕ ТВОРЧЕСКОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРА

В современном мире возрастает роль творчества в жизни чело-

века, в связи с этим, творческие специальности становятся всё более популярными (дизайнер, музыкант, художник и т. д.). В самом широком смысле творчество – это создание новых по замыслу культурных или материальных ценностей [10]. Проблеме творчества уделяется много внимания в различных исследованиях и даже дизайнерских проектах. Но все эти исследования и проекты чаще всего решают проблему творческой среды для детей от младенческого возраста до окончания школы. Дизайнер – одна из самых востребованных и распространённых на сегодняшний день творческих профессии, обучение которой начинается в ВУЗе. А высшее учебное заведение в свою очередь является «поставщиком» кадров для определённой индустрии. Соответственно, среда учебного заведения должна способствовать формированию определённых знаний, умений и навыков. В связи с тем, что каждый вид деятельности имеет свою специфику, то и среда в которой осуществляются данные процессы, может иметь свои особенности.

Дизайн – специфическая сфера деятельности по разработке (проектированию) предметно-пространственной среды (в целом и отдельных её компонентов), а так же жизненных ситуаций с целью придания результатам проектирования высоких потребительских свойств, эстетических качеств, оптимизации и гармонизации их взаимодействия с человеком и обществом, естественно-природной средой [6, с. 13]. Как видно из определения дизайн соединяет в себе черты творческой (художественной) и рациональной (инженерной) деятельности. Но часто творческая составляющая превалирует над рациональной, и даже выводится на передний план и деятельность дизайнера в целом приравнивается к деятельности художника. Следует отметить, что особенности любой деятельности человека могут быть выражены в форме пространства, в котором протекает данная деятельность. Для того чтобы выявить эти особенности и их отражение в форме для дизайнерской деятельности необходимо отдельно рассмотреть инженерную деятельность.

Инженеры в процессе своей деятельности разрешают определенные противоречия, возникающие в ходе технического и вообще общественного прогресса. Одним видом таких противоречий являются противоречия между создаваемыми артефактами и теми законами природы, по которым создаются эти технические устройства: ин-

женер, преодолевая эти противоречия, стремится к максимальному воплощению законов природы в технике. Другой вид противоречий это противоречия социального порядка – между возникшими техническими задачами и техническими возможностями. Эти технические противоречия – не противоречия самой техники, а противоречия, которые разрешает субъект в процессе своей инженерной деятельности. Разрешая эти противоречия, инженер в процессе своей деятельности непременно учитывает экономические, эргономические, организационные и другие факторы.

Под художественной деятельностью чаще всего понимают деятельность, в процессе которой создается и воспринимается произведение искусства. Как и любая другая деятельность, она имеет свои особенности.

Можно выявить ряд особенностей деятельности дизайнера и в результате мы получаем основные формальные характеристики, которыми должна обладать творческая среда для дизайнеров.

Источники:

1. Воспитание и образование в античном мире [Электронный ресурс] // Лучшие педагоги России. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.best-pedagog.ru/pedagogika-i-shkola-v-epohu-vozhrozhdeniya/>
2. Инженерная деятельность и как вид технической деятельности [Электронный ресурс] // VuzLib.net. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.vuzlib.net/beta3/html/1/26390/26405/>
3. Кондратьева О. С. Пространство для творческой среды [Электронный ресурс] / О. С. Кондратьева, Е. В. Егорова // Библиотека им. Белинского. – Екатеринбург, 2012. – Режим доступа: http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz22_pril/56/template_article-ar=K41-60-k47.htm
4. Негодаев И. А. – Философия техники: учеб. пособие / ДГТУ. Ростов н/Д: 1998, – 319 с.
5. Новиков А. М. Методология художественной деятельности / Новиков А. М. — М.: Эгвес, 2008. – 72 с.
6. Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники: в 2 т. Т 1 / Рунге В. Ф. – М.: Архитектура-С, 2008. – 368 с., ил.
7. Степин В. С. Исторические типы научной рациональности [Электронный ресурс] / Степин В. С., Горохов В. Г. // Полка букиниста: электронная библиотека. – М., 2012. – Режим доступа: <http://society.polbu.ru/>

ru/stepin_sciencephilo/ch69_i.html.

8. Степин В. С. Научные революции [Электронный ресурс] / В. С. Степин // philosophy.ru: философский портал. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/stepin/06.html>.

9. Степин В. С. Стратегии теоретического исследования в эпоху постнеклассической науки [Электронный ресурс] / В. С. Степин // philosophy.ru: философский портал. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/stepin/07.html>.

10. Творчество [Электронный ресурс] / anyPSY.ru // anyPSY.ru: психологический интернет-портал. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.anypsy.ru/glossary/tvorchestvo>.

11. Художественная деятельность [Электронный ресурс] / slovarik.info // Электронный словарь. – М., 2012. – Режим доступа: <http://www.slovarik.info/philosophical/82/53982.html>.

К. КОЛОМОЕЦ

ФОРМИРОВАНИЕ ЯРМАРОЧНОЙ СРЕДЫ В КОНТЕКСТЕ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ

Сегодня, когда экономика России находится на подъеме, заметной и перспективной отраслью становится выставочно-ярмарочная индустрия - необходимый инструмент и индикатор экономического развития страны и отдельных регионов.

Ярмарка - регулярно организуемое рыночное мероприятие, проходящее в установленные сроки с определенной периодичностью, демонстрирующее товары и услуги участников одной или нескольких отраслей промышленности. Проектирование ярмарочной среды во многом строится по аналогии с постановкой театрального представления, требующего не только сценографического обеспечения (реквизит, декорации, аксессуары), но и специальной драматургии и режиссуры.

Организатор выполняет две основные функции – организацию места действия и организацию ярмарочного шоу. В создании образа всего ярмарочного действия должна быть задействована игровая форма. Вместе с художественными гранями образа, формируемыми

сюжетно-драматической линией, совместно со звукомузыкальным строем, образуется художественная целостность всего действия, его неповторимость и индивидуальность. Такие принципы характерны для создания «среды-события».

Организация пространства ярмарки начинается с деления его на две основные части:

- главная площадка, где должны происходить основные ярмарочные действия, такие как продажа сувенирной продукции, мастер-классы, игровые площадки для проведения конкурсов и массовых гуляний, театральное представление;

- зрительская площадка, откуда эти происходящие действия воспринимаются без непосредственного участия, т.е. зоны общественного питания, зоны отдыха и общения участников мероприятия, административные зоны. Это распределение является начальным этапом в пространственной организации ярмарки и экспозиции в целом.

Ярмарки народных промыслов чаще всего в последние десятилетия проводятся в лесопарковых зонах городов и в центре города, иногда на более долгосрочные мероприятия выезжают за город и располагаются на открытых природных площадках. Исторически сложилась кольцевое (лучевое) планировочное решение для проведения долгосрочных мероприятий за городом. В настоящее время в городах актуальной остается применение линейной и свободной планировки, что обеспечивает проходимость большого количества людей при плавном перетекании одного ярмарочного события в другое. Ярмарка свободно вписывается в городскую застройку, несмотря на необходимую большую площадь для мероприятия, в т.ч. при расположении в центре города.

Существует несколько подходов к формированию ярмарочной среды.

1. Среда-сцена.

Для такого принципа характерно формирование среды как большого шоу, где задействованы и актеры, и приезжающие со всего света туристы. Событие носит массовый характер и представляет собой театральное представление с оборудованием, подарками, тематическими массовыми играми, конкурсами, с костюмированным представлением. Предполагается простая планировка (квадрат, круг, прямоугольник в плане), где зонирование так же зависит от времени и места проведения (сезонность мероприятий – зима, лето,

осень, весна). Такие мероприятия проводятся в определенные сроки в городах, чаще всего приурочены к празднованию календарных и пр. праздников. «Среда-сцена» – максимально захватывающее действие, открытое для всех желающих и чаще всего приподнятое над основным пространством. Примерами могут служить широко известные масштабные празднования, такие как карнавалы в Рио-де-Жанейро (Бразилия), карнавала в Кёльне (Германия), Рождественские ярмарки в Англии, Германии, Австрии и др.

2. Среда-орнамент.

Для нее характерно создание символов и ассоциативного ряда мероприятия. Характерна опора на традиции. Пространство с изобилием декора и стремлением к орнаментике. Такие абстрактные объекты становятся переосмыслением духовного понимания. Ассоциативные объекты создают общую концепцию всего действия и выделяют мероприятие из множества других. Часто используется при создании национальных, обрядовых праздников с большим количеством людей за чертой города. Масштабные красочные действия, проводимые в дни языческих, народных и пр. праздников, гуляний. К таким празднованиям можно отнести дни Ивана Купала (Россия), Масленица (Россия), народные празднования в Болгарии, фестиваль Огня «Up Helly-Aa» (Шотландия).

3. Среда-упаковка.

Такой принцип пространственной организации прямо противоположен «среде-сцене», для него характерна полная изоляция и нарочитое «скрывание» происходящего. Это наиболее «закрытый» вид проведения ярких массовых мероприятий, при этом сохраняется сюжетная линия всего действия. Такие пространства вмещают небольшое количество заинтересованных людей и располагаются в городах (при крытых ТЦ, павильонах, архитектурных комплексах). Наиболее яркие примеры такой организации пространства можно наблюдать на ЭКСПО 2010 в Шанхае, где представлены тематические павильоны, наполненные смысловыми и сюжетными элементами.

Проблема культурной идентичности затрагивает немаловажную проблему соотношения части и целого, поскольку идентичность выступает как один из способов обеспечения культурного своеобразия и является одним из условий сохранения социокультурной целостности. Главным принципом организации пространства становится обе-

спечение его единства, что находит выражение в концепции «среды-упаковки».

Источники:

1. Metalloiskateli-info [Электронный ресурс] // Места проведения ярмарок: электронный журнал. – М., 2011. – Режим доступа: <http://metalloiskateli-info.ru//biblioteka-kladoiskatelya/mesta-provedeniya-yarmarok.ru>.
 2. Гусев Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом / Н. П. Лаверов. – М.: Дашков и Ко, 2005. – 516 с.
 3. Лужков Ю. М. Искусство, которое нельзя потерять! Народные художественные промыслы России: расцвет, упадок, перспективы возрождения / Ю. М. Лужков, С. М. Линович. – М.: Московские учебники и Картолитография; Народные промыслы, 2009. – 176 с.: ил.
 4. Сирченко А. С. Туризм [Электронный ресурс] / А. С. Сирченко // Этнографический туризм как способ сохранения и возрождения этнокультурного наследия: электронный журнал – М., 2012. – Режим доступа: <http://www2.admhmao.ru/tourism/raznoe/290411/290411.ru>
 5. Шимко В. Т. Основы дизайна и средовое проектирование / В. Т. Шимко – М.: Архитектура-С, 2005. – 160 с.
-

Д. МАСЛОВА

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭТИКА НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

«От того, как человек будет строить свои взаимоотношения с окружающим миром, зависит само его существование».

В. И. Вернадский

На сегодняшний день у многомиллионного населения России преобладает потребительский подход к природе. Многие годы изменения в природе, связанные с производственной деятельностью человека, не только не были включены в сферу «интересов» дизайнеров и архитекторов, они не находили отклика даже в природопользовательских организациях и организациях, занимающихся вопросами производственной деятельности. Учитывая степень воздействия производственно-потребительских систем на природное окружение

и то, что все эти процессы напрямую связаны с проектной деятельностью, дизайнеры оказывают существенное влияние на качество антропогенной среды, ее эстетические и функциональные свойства. Традиция рассматривать человека как неотъемлемую часть природы (космоса), проходит через многообразие идей русских космистов (таких как К. Э. Циолковский, В. И. Вернадский, Н. Г. Холодный, С. Н. Булгаков, В. С. Соловьев, Н. А. Бердяев, Н. Ф. Федоров и т.д.). Человек для русских космистов — существо, находящееся в процессе роста, несовершенное, но сознательно-творческое, призванное преобразовать не только внешний мир, но и свою собственную природу. Основываясь на этих идеях, Н. Н. Моисеев предлагает выход из экологического кризиса через коэволюцию человека и биосферы, вступление человечества в новую эпоху, эпоху Ноосферы, т.е. произвести смену ценностных ориентиров и задуматься о будущих поколениях, осознать себя неотъемлемой частью природы, а не ее хозяином. Человечество должно разработать определенную стратегию, «стратегию Разума» для перехода на новый уровень знаний. [3].

Принципиальной для Н. Н. Моисеева является идея кооперации всех отраслей знания – естественных и гуманитарных наук. Однако ученый ясно осознает, что лишь «физикалистскими» методами, т. е. изучением биосферы, анализом её возможного развития и предложениями мировому сообществу конкретных действий, ситуацию не изменить. Н. Н. Моисеев вводит новое философское понятие – «экологическая этика».[4]

Введение термина «экологическая этика» в теорию дизайна необходимо в сложившейся ситуации взаимоотношения человека и природы. «Экодизайн», «экоархитектура» или «экологическое проектирование» не вполне раскрывают смысл экологичности. В экологической этике очень важным остается процесс познания, самосознания. Она должна регулировать не только отношения отдельного индивида с окружающей его природой, но и отношения целых государств и человечества в целом к биосфере.

Как пример экологического проектирования можно рассмотреть принципы создания туристического объекта как части рекреационного комплекса в дикой местности. Для этого необходимо связать идеи русского космизма и реального проектирования.

Философия русского космизма оказала большое влияние на

экологическое сознание, миропонимание человека, его отношение к природе, а, следовательно, на процесс проектирования. В основе идентичности экологизации мышления нашей страны лежит истинно русское восприятие природы как чего-то живого, одухотворенного, разумного. Стихия как часть природы переосмысляет экоподход через послушание, некий страх за силы природы, превосходящие человеческие, способные покарать. Другая сторона – природа как идеал красоты, часто используется в литературных сравнениях, понятие «красиво» как нечто положительное, эстетичное – значит нравственное. Именно это создает уникальность русского экологического подхода.

Благодаря своему географическому положению и этнокультурному разнообразию, она имеет устойчивые исторически сложившиеся формы взаимодействия предметного мира, создаваемого человеком, и природы. Исходя из табл. 1 можно выделить следующие основные формообразующие принципы:

- сохранение и поддержание с помощью средств композиции (сложная ажурная форма, восприятие целого в первую очередь) культурной и природной идентичности;
- заимствование по средствам наблюдения и изучения процесса создания и реорганизации формы (бионические принципы устройства объекта и создания формы);
- использование технического оснащения только как способа совершенствования природного, самосовершенствования; слияние естественного и искусственного, нахождение баланса.

Источники:

1. Степин В. С. Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук./В. С. Степин – М.: Гардарики, 2006. – 384 с.
2. Храбовченко В. В. Экологический туризм. Учебно-методическое пособие./ Храбовченко В. В. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
3. Моисеев Н. Н. Еще раз о проблеме коэволюции./ Моисеев Н. Н.// Вопросы философии: электронная библиотека. – М., 1998.
4. Моисеев Н. Н. Логика динамических систем и развития природы и общества // Вопросы философии: электронная библиотека. – М., 1999.
5. Гуссейнов А. А. Великие моралисты./ А. А. Гуссейнов – М.: Москва, 2008. – 495 с.

6. Штюмер Ю. А. Опасности в туризме, мнимые и действительные./ Штюмер Ю. А. – М.: Москва, Физкультура и спорт, 1983. – 93 с.
 7. Генисаретский О. И. Дизайн и культура./ О. И. Генисаретский – М.: ВНИИТЭ, 1994. – 356 с.
 8. Глазачев С. Н. Экологическая культурология./ С.Н. Глазачев, В. А. Игнатова, С. Б. Игнатов, А. А. Марченко – М.: 2005. – 324 с.
-

А. МОЧАЛИНА

ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПРИРОДНЫХ ПАРКОВ

Проблема культурной идентичности в России становится актуальна связи с все большей глобализацией различных сфер жизни человека и тенденцией окружающей среды становиться однообразной, независимо от региона. Новые формы, не отличающиеся самобытностью, не отражают особенностей конкретных территорий, их историческое своеобразие. Постепенно происходит нивелирование культурного своеобразия страны. Одним из путей сохранения национальной культурной идентичности является обращение к природным истокам.

Впервые о культурной идентичности заговорили в русле практической психологии с целью обозначить совокупность представлений индивида о себе, однако, вскоре понятие «идентичности» получило распространение в самом широком контексте.

Суть культурной идентичности заключается в осознанном принятии человеком соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентации и языка, понимании своего «я» с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в данном обществе. Человек одновременно является носителем нескольких идентичностей (гражданской, профессиональной, гендерной, этнической и др.), актуализирующихся и доминирующих в определенных ситуациях [5].

В настоящее время проблемы культурной идентичности заняли одно из ведущих мест в сфере практического и теоретического развития проектной культуры. Переосмысление и развитие своих

традиций, их место в современном мире – одна из главных задач современного дизайна. Идеи духовности и реанимации культурной памяти непосредственно связаны с культурно-экологической концепцией дизайна, развиваемой в работах О. И. Генисаретского и В. Ф. Сидоренко. «Он вовсе не предполагает фиксированное на исторически ушедших стилях жизни и предметных формах, на прошлом времени-пространстве, но означает вновь обретение области жизни этноса, ее проектное переосвоение в новых исторических условиях... Цель состоит в способности воссоздавать в облике среды, в ее социально-функциональном устройстве те образы человека, те ценности и стили жизни, которые свойственны той или иной региональной, этнокультурной традиции» [4].

Постоянное и непрерывное переосмысление своего наследия происходит в отдельных странах, где особенно сильны исторические традиции материальной культуры, в частности, в странах Скандинавии. В дизайне и архитектуре скандинавских стран важную роль играет исторический подтекст, природные условия, естественная красота местных ландшафтов. Дизайнеры и архитекторы умеют чувствовать среду, ее культурное и историческое своеобразие, интерпретируя свои традиции в современном контексте, раскрывая их уникальность. Отдельно хотелось бы рассмотреть опыт проектирования природных парков в Норвегии. На территории всей страны были созданы и продолжают создаваться объекты туристической инфраструктуры в наиболее живописных природных местах – северных фьордах. Этим проектом занимаются все основные архитектурные и дизайнерские студии в Норвегии при поддержке государства. «Национальные туристические маршруты» включают в себя 18 обустроенных дорог, которые в свою очередь ведут к смотровым площадкам и различным павильонам, расположенным в самых удивительных видовых точках, от которых продолжают уже пешие пути. Национальный туристический маршрут рассматривается как новая эстетическая практика, исследующая границу между природой, ландшафтным дизайном и искусством. Используемые конструкции и озеленение являются инновационными средствами, которые продолжают видоизменять представление о природе и культуре, это площадка для взаимодействия пейзажа и дизайна.

Существует мнение, что обустройство ландшафта подавляет

естественность и сложившиеся традиции, однако норвежские архитекторы и дизайнеры подняли взаимоотношения человека и окружающей среды на новую высоту. Они создают формы, которые сами и становятся новыми объектами культуры, основанными на историческом опыте и понимании традиций. Они проектируют так, что природа становится частью жизни большего числа людей.

Установленные отношения между зрителем и пейзажем являются сложными, многогранными и касаются как эстетических переживаний, так и познавательного опыта. Исследователь и автор докторской диссертации «*Aesthetic practices en route 1750–2015*» (Эстетическая практика в пути с 1750 по 2015 года) Janike Kampevold Larsen считает, что долгоиграющие проекты туристических маршрутов являются верным решением. Благодаря такому решению у нас есть уникальная возможность видеть, как изменяется среда сейчас и понимать, что произойдет с ней в будущем. И, таким образом, ответить на вопрос: в какой степени новые инфраструктурные объекты помогают познавать природу? Являются ли они просто «архитектурой на выставку» или они действительно предлагают новый формат понимания нашего отношения к природе и являются примером пейзажа 21 века? В любом случае, заявление скандинавского дизайна о современном познании природы, основано на исторических и культурных особенностях региона и отражает концепцию всего скандинавского дизайна.

Принципы скандинавского подхода всестороннего исследования природы.

1. Доступность «диких» мест. Возможность лично и самостоятельно познакомиться с «первоисточником», не отвлекаясь на созданные объекты, облегчающие познание.

2. Принцип сомасштабности. Постоянная возможность все время соотносить себя с масштабами природы и в тоже время быть ее частью, благодаря продуманным видовым точкам и открывающимся панорамам.

3. Традиционно-ученическое отношение к природной среде и ландшафту. Инфраструктурные объекты становятся частью пейзажа, благодаря лаконичным и функциональным формам, подчеркивая национальное своеобразие, выделяющее его в ряду других культур.

4. Эстетическая и функциональная привлекательность всего

маршрута. Важным является проектирование не только основных туристических объектов (главные смотровые площадки, отели и окружающая их территория), но и менее значимых: объектов, расположенных на обочинах или в промежутках между основными видовыми точками, обеспечение «проходных» пейзажей необходимой, но более простой инфраструктурой.

5. Гуманистический аспект проектирования природных парков.

Это стремление к освобождению человека от необходимости идти по одному необходимому маршруту. Создается возможность выбора путей познания природы человеком, а так же среды, в которой он хочет находиться, с различной степенью обустроенности быта, дикости природы, присутствия или отсутствия других людей. Проектируется универсальная среда, но в то же время, индивидуальная для каждого.

Таким образом, среда национальных парков является прекрасной площадкой не только для общения с природой, но и для осознания человеком своего собственного «я». Важнейший опыт проектирования и организации эстетической культурной среды Норвегии, возможно, применять в России, адаптируя его к культурным и традиционным особенностям регионов.

Сейчас экологическую концепцию дизайна нельзя ограничивать только задачами сохранения биологической среды. Особую важность приобретает не только энерго и ресурсосбережение, экологическая чистота, эргономичность и рациональность, но и среда культурная, которая необходима для духовной и нравственной жизни человека.

Источники:

1. Михайлов С. История дизайна: краткий курс / С. Михайлов, А. Михайлова. – М.: Союз дизайнеров России, 2004. – 289 с.
2. Банникова Т. Современный дизайн: проблема экологии и культурной идентичности [Электронный ресурс] / Т. Банникова // сайт Т. Ю. Быстровой – М., 2007.
3. Броновицкая А. Архитектура Норвегии [Электронный ресурс] / А. Броновицкая // Проект Россия: журналы по архитектуре, дизайну и строительным технологиям. – М., 2012.
4. Генисаретский О. И. Проблемы исследования и развития проектной культуры дизайна, автореферат / О. И. Генисаретский. – М.: ВНИИТЭ, 1988.

5. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
 6. Janike Kampevoll Larsen. Installing the landscape: The National Tourist Route Project as aesthetic practice [Электронный ресурс] / Janike Kampevoll Larsen // Routes, Roads and Landscapes. – Осло, 2012.
-

Ю. НАДЫРШИНА

СТИЛЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ КОВОРКИНГ-ЦЕНТРОВ

Коворкинг — это пока ещё непривычное и незнакомое для нашего уха слово. Однако переводится с английского очень просто — совместная работа. Явление зародилось благодаря программисту Бреду Ньюбергу в 2005 году как попытка совместить преимущества фриланса и офисной работы.

Особенности появления феномена коворкинга свидетельствуют о том, что на Западе эта отрасль вполне востребована и окупаема. В России же к этому явлению до сих пор относятся с опаской, но за недолгую историю своего существования у нас оно уже успело завоевать популярность у фрилансеров и начинающих предпринимателей, затем дискредитировать себя, а потом возродиться вновь [3].

В целом, можно сказать, что коворкинг как социокультурное явление стал возможен только при переходе к постиндустриальному обществу, сопровождающемуся переносом приоритета на информацию, знания и услуги как инструмент и результат деятельности человека. Это, в свою очередь, рождает новые модели взаимодействия между людьми и их работой и позволяет отрасли расти быстрыми темпами.

На данный момент коворкинг имеет четкую и многочисленную клиентуру (в основном сконцентрированную в крупных городах с высокой долей креативной индустрии) — это люди, чья работа напрямую связана с компьютером и компьютерными технологиями, специалисты, которые предпочитают работать с клиентами на нейтральной

территории (например, консультанты, представители фирм). Коворкинг является выходом для тех людей, кто хочет избежать 9-часового графика, скучного окружения и унылой среды привычного офиса. [3]

Однако достаточно сложно угодить всем и сразу, в этом и кроется проблема. Любой специалист лучше остальных знает, как ему организовать пространство под свой личный рабочий процесс. Задача в этом проекте – найти новые (или вспомнить старые и забытые) пути раскрытия творческого потенциала работника в среде.

Для поиска решений мало учитывать только современные тенденции в дизайне и возможность самостоятельного создания своей рабочей среды. Поскольку в большинстве случаев человек живет в искусственной, им же созданной среде, то весь окружающий материальный мир — это та реальность, которая формирует человека и его поведение. Окружающий нас стиль невольно диктует свои условия.

Качество среды (пространство, материалы, формы, свет) в том числе влияет на формирование отношения человека к своей работе и построение рабочего процесса. Об этом наиболее подробно в своем труде рассказывает В. И Еленский. Он придерживается мнения, что «само воздействие среды переживается и осознается только в первое время, когда среда воспринимается как новая, дальше человек адаптируется к ней, привыкает и практически не замечает. Однако на бессознательном уровне она продолжает воздействовать. Эффект влияния среды становится ощутимым после длительного пребывания в ней» [1].

На данный момент уже можно выделить основные концепции в проектировании пространства коворкинг- центров. Они реализуются в следующих стилях.

1. Лофт. Этот стиль представляет собой сочетание старого (кирпичные, оштукатуренные или крашенные стены, дощатый пол) и нового (стекло, металл, ультрасовременная бытовая техника). Так как зачастую лофт — это наследие фабричного прошлого, то неотъемлемым атрибутом являются лестницы, различные трубы, системы вентиляции, заводские приспособления, высокие потолки и большие окна, большие пространства и много света. Последняя характеристика является очень ценной для многих художников и галеристов. (коворкинг – центр Loffice в Будапеште, Betahaus в Берлине, The

Network Hub в Ванкувере).

2. Английский стиль. Для этого стиля характерно широкое применение деревянных декоративных панелей, карнизов, плинтусов, обоев в широкую полосу темно-зеленого и темно-красного цветов, причем используются только натуральный массив или шпон, преобладают классические сдержанные формы.

В английском стиле кодируется консервативная модель поведения. Если учесть, что основным контингентом коворкинг-центров являются представители творческой среды, то именно эта модель поведения вряд ли является приемлимой. Находясь в обстановке веками сформированных традиций, вы вряд ли позволите себе погрузиться в мир творческого хаоса — неизменного атрибута всех творческих профессий (например, Open Orange в Long Island City, NY)

3. Очень распространен скандинавский модерн, он характеризуется сдержанностью и естественностью, присутствуют нейтральные цвета в отделке и лаконичные формы мебели, а также эклектика. Она отражается в коворкинг-центрах в виде соединения разнородных стилей, в оформлении помещений часто используются винтажные вещи и мебель ручной работы, многочисленные подушки, подчеркивающие комфорт (MTSIGN studio, Москва).

Анализ аналогов позволяет выявить тенденцию осознанного ухода от офисного стиля, в интерьере акцент ставится не столько на оригинальность, сколько на универсальность. Есть помещения, где рабочие пространства не оформляются, и обустройство рабочей атмосферы доверяется непосредственно тому, кто там работает.

Перспективы развития коворкинга в Екатеринбурге прежде всего зависят от основателей, тех, кто рискнул связать себя с этим нелегким видом бизнеса. Мало просто арендовать помещение и закупить необходимое оборудование. Коворкинг требует продуманного и грамотного подхода к своей организации, чтобы не исчезнуть вследствие неправильного управления.

Когда коворкинг-центры Екатеринбурга переймут опыт успешных коворкеров и правильно им распорядятся, тогда, на наш взгляд, и может сформироваться потребность выделиться, придать своему центру неповторимый и запоминающийся стиль. Вместе с тем, возрастут и запросы потребителей, то есть возникнет расслоение по экономическим возможностям и по статусу — эконом-класс или люкс.

Естественно, все это потребует соответствующих решений и, возможно, создание в будущем целого креативного парка.

Источники:

1. Еленский В. И. Стимулы среды: как материальное окружение влияет на личность [Электронный ресурс] / В. И. Еленский // Elitarium: центр дистанционного образования. – СПб., 2012.
 2. Three Rings Design Inc [Электронный ресурс] / officedesigngallery.com // Office design gallery. – 2012.
 3. Герман И. 13 коворкингов, в которых можно жить [Электронный ресурс] / И. Герман // Theory&Practice – М., 2012.
-

А. НИКИФОРОВА

«НОВАЯ ЭСТЕТИКА» СЕВЕРА: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ АБОРИГЕННОГО НАСЕЛЕНИЯ

Прошлое не ушло, оно в человеке, и поэтому к нему стоит прибавлять нечто новое, ибо тем самым прошлое, накапливаясь, продвигается вперед. [6]

Гумилёв Л. Н.

Российский Север все более стремительно осваивается, его территория становится местом нового временного или постоянного проживания для людей многих национальностей и культур. Оказавшись в незнакомой для себя местности, столкнувшись с суровой природой, непривычной культурой коренного населения, они оказываются вовлеченными в процесс выживания, формирования новой «технологии существования», как характеризует культуру Гумилёв Л. Н., в чужеродной для них среде.

Эта среда характеризуется высокой физиологической и психологической стрессогенностью. С одной стороны - это влияние северного экстрима, обусловленного климатическими факторами. С другой - потенциально конфликтное взаимодействие между представителями пришлого населения, состоящего из носителей множества различных культур. В довершение - это контакт пришлого населения

с аборигенным, освоившим эту территорию и адаптировавшимся к жизни на ней задолго до появления «новых людей». В этой ситуации пришлый человек оказывается «вне культуры», поскольку его собственная культура, усвоенная им при проживании на родной территории, не может адекватно функционировать на новой территории и в новых условиях.

Но не только культура новых поселенцев не может «встроиться» в новые условия жизни, аборигенное население также не способно «законсервировать» свою культурную жизнь и не считаться с изменениями в окружающем их пространстве. Северные народы больше не могут жить так, как жили до прихода нас, «завоевателей и покорителей» Севера. Однако сохранение аборигенного населения Севера - важная задача нашего государства. «Главный принцип национального возрождения - единство традиций и прогресса» [11], поэтому межкультурная интеграция - это взаимовыгодный обмен, благодаря которому каждый участник этого обмена получит как бы «двойную» картину мира. Процесс интеграции можно назвать формированием «новой» культуры Севера.

Исторически сложился стихийный характер этого явления, что болезненно сказывается и на пришлом населении и на коренном. «Вторжение нефтяников, газовиков, строителей постепенно разрушает самобытный уклад северных народов, губит флору и фауну». [1]. Средняя продолжительность жизни народов Севера на 10-20 лет ниже, чем в среднем по России. Продолжительность жизни среди мужчин коренного населения в некоторых регионах составляет всего 41 - 42 года [11]. Пришлом же население отрывается от своего дома, работает в основном вахтовым способом, что негативно сказывается на эмоциональном и физическом состоянии.

В таких условиях, проблема взаимной межкультурной адаптации новых жителей северных регионов заслуживает целенаправленного внимания, процесс требует упорядочения и систематизации. Необходимо подключить людей к коллективному опыту проживания на данной территории, сделать их в дальнейшем полноправными участниками культурного процесса. Для этого следует создать ситуацию, в которой в тактичной, корректной и деликатной форме им будет предложена модель будущей новой культуры. Требуется создать провокацию, целью которой является запуск взаимного интереса

друг к другу. Это возможно, например, через общественные мероприятия, имеющие эстетическую ценность, такие как обряды, праздники, спортивные мероприятия, концерты и т.д. Подобные события создают ситуации устранения межкультурных разногласий, которые должны повлечь за собой «взаимообогащение отдельных этнокультур с одновременным движением их к единству.

При формировании «новой» культуры эффективнее основываться на опыте северных народов, апробированном и откорректированном на данной территории столетиями. «Сохранению подлежит прежде всего эстетическое восприятие мира, которое создавалось, укреплялось, росло в течение тысячелетий» [5]. Через обряды и праздники коренного населения, которые несут в себе знания об окружающем мире, пришлые люди смогут лучше почувствовать и понять «дух севера». Таким образом, «региональная культура становится интегрирующим началом жизни конкретной территории, определяемая условиями существования людей и определяющая формы их существования» [9].

Для адекватного восприятия всеми участниками межкультурной коммуникации обрядов и традиций коренного населения их необходимо интерпретировать таким образом, чтобы они были привлекательными и понятными для всего населения. «Нерв этнокультурной проблематики - это соотношение модернизации, обновления и перестройки образа жизни, с одной стороны, и его преемственности, целостной непрерывности, с другой» [4]. Это в равной степени касается как содержания обряда или праздника, так и его визуальной подачи. Ведь эстетическая привлекательность обеспечивает стабильный интерес к какому-либо явлению, другими словами, «провоцирует» людей посмотреть, попробовать, приобщиться.

Обеспечить привлекательность праздника в сочетании с переосмыслением содержания может дизайнер. А. С. Николаева в работе «Дизайн-концепция обновления традиционных обрядов и ритуалов в индустрии северного туризма» (на примере обряда «Вороний день») формулирует основные проектные принципы и предлагает практические рекомендации по «обновлению» традиционного обряда ханты и манси – «Вороний день» или приход весны, благодаря которым обряд сохраняет свой стержень, саморазвивается, впитывает и генерирует изменяющийся социокультурный контекст, и тем самым

сохраняет свою актуальность [10]. Аналогичную дизайн-интерпретацию прошел еще один праздник «13 месяц» в работе Колесниковой П. В. «Посредством разработки новой схемы культурного сценария, включающего в себя принцип межкультурного взаимодействия в условиях Севера, ...ускорится развитие социальной инфраструктуры, культурно-досуговой сферы» [7].

Пришлые люди с интересом относятся к жизни аборигенного населения Севера, их привлекают экзотичные праздники и наряды северян, но им достается только роль зрителей. На сегодняшний день не происходит взаимопроникновения культур, они слишком разные, они пока присматриваются друг к другу. В естественных условиях процесс образования «новой» культуры, которая объединит все культурные и этнические группы воедино, нивелируя присущие им различия, может длиться столетиями. Ускорение этого процесса поможет избежать многих конфликтов, разногласий и других негативных явлений, сопровождающих зарождение новой этничности. Воздействуя на человека средствами дизайна, мы можем сократить этот путь к «новой» культуре Севера.

Источники:

1. Аверин А. Н. Проблемы малочисленных народов Севера [Электронный ресурс] / А. Н. Аверин // <http://ecsocman.hse.ru>.
2. Бычков В. В. Эстетика: Учебник / В. В. Бычков. – М.: Гардарики, 2004. – 556 с.
3. Гарин Н. П. Дизайн жизнеобеспечивающих систем. Адаптация к экстремальным условиям севера. Проектно-методический опыт «Лаборатории Северного дизайна». Неопубликованная рукопись.
4. Генисаретский О. И. Регионализм, средовое проектирование и проектная культура // Региональные проблемы жилой среды – М.: ВНИИТЭ, 1998.
5. Гумилев Л. Н. Феномен культуры малых народов / Л. Н. Гумилев, А. П. Окладников // Декоративное искусство. – 1982. – № 8. – С. 23-28
6. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилев – М.: Айрис-пресс, 2011. – 560 с.: ил.
7. Колесникова П. В. «Новая эстетика» Севера: дизайн-интерпретация аборигенной культуры на примере праздника «13 месяц»: автореф. дис. ... «магистр дизайна». – Екатеринбург, 2011. – 16 с.
8. Миннихметова Р. Р. «Принцип корректного применения традици-

онного орнамента в дизайне и архитектуре»: диссертация ... «магистр дизайна». Екатеринбург, 2007. – 60 с.: ил.

9. Мурзина И. Я. Очерки истории культуры Урала [текст]: Монография / Мурзина И. Я., Мурзин А. Э. – Екатеринбург, 2008. – 412 с.: ил.

10. Николаева А. С. Дизайн-концепция «обновления» традиционных обрядов и ритуалов в индустрии северного туризма: автореферат дис. ... «магистр дизайна». Екатеринбург, 2008. – 18 с.

11. Суляндзига Р. В., Коренные малочисленные народы Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации. Обзор современного положения / Р.В. Суляндзига, Д. А. Кудряшова, П. В. Суляндзига – М.: 2003. – 142 с.

В. ОШУРКОВА

ПРОБЛЕМА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТОВ УРАЛА

Туризм, в общем, и горнолыжный спорт, в частности, является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. В последние годы все более усиливается значение туризма в жизни современного общества, в том числе и горнолыжного спорта. Этому способствуют рост доходов населения, увеличение количества свободного времени, все большая открытость регионов и другие факторы.

На основе статистических данных TAFISA (Ассоциация содействия международному движению «Спорт для всех») составила рейтинг 20 самых популярных видов спорта во всем мире среди непрофессиональных спортсменов. В этом рейтинге горнолыжный спорт занял 13 место, набрав 3,4%, от числа всех увлекающихся. Ассоциация особо отметила тот факт, что в странах Скандинавии, Финляндии, Швеции и России в некоторых регионах (в их число входит и Урал) количество занимающихся горнолыжным спортом достигает 70%. В то же время по данным Росспорта, в России серьезно увлекаются спортом 13 млн. 640 тыс. человек. [1]

Основной проблемой горнолыжных комплексов России является

их безликость, невыразительность, отсутствие регионального колорита и гармоничного вписывания архитектуры в окружающий ландшафт. Дизайн, в нашем случае, объединяя функцию и красоту, может решить проблему отсутствия эстетической привлекательности горнолыжных курортов России. Вследствие чего возможны два подхода к решению этой проблемы.

1. Первый подход – создание горнолыжного комплекса, гармонично вписывающегося в окружающую природную среду, использование актуальных стилевых направления в дизайне. Данный подход может быть реализован с помощью органического формообразования.

Органичность – это такой подход к проектированию, который выходит за рамки повседневности и обыденности, потому что в процессе проектирования решаются вопросы взаимодействия природы естественной с природой искусственной. Существуют две разные тенденции реализации задач органической архитектуры: одна – развивающаяся в сторону рационального, другая – в сторону эмоционального и органического восприятия окружающей среды. В постройках, относящихся к органическому направлению, специалисты экспериментируют с образом спортивного комплекса будущего, пытаются сформировать архитектуру горнолыжного комплекса путём заимствования природных форм и их непрямого копирования. В результате этого появляются необычные концептуальные проекты, позволяющие по-новому взглянуть на архитектуру спортивных комплексов. Хотя органическая архитектура говорит о значимости социальной составляющей природы человека, большой акцент делается на необходимости связи человека с природой. Примером такого взаимодействия среды и природы может послужить архитектурный проект гостиницы Tschuggen Grand Hotel на альпийском горнолыжном курорте Ароза (Arosa) в Швейцарии. Реконструкция отеля была недавно завершена по проекту Марио Ботта (Mario Botta). К уже существующему главному зданию был добавлен новый архитектурный объем Wellness Berg Oase площадью в 3,5 тысячи квадратных метров. Различные уровни SPA-курорта характеризуются их взаимосвязью и особенным отношением с окружающей средой. Основной идеей нового отеля была интеграция в природу, а так же использование в отделочных работах натуральных материалов.

2. Вторым подходом при проектировании горнолыжного комплекса может послужить решение проблемы через сохранение природы как некоего культурного храма, отображение местного колорита Урала. В общем смысле данный феномен охватывает термин регионализм.

Регионализм (от латинского *regionalis* и английского *regional* — местный, областной) – различные формы социально-культурной и политической самоидентификации территориальных сообществ, проявляющих себя в идеях, настроениях, действиях. Являясь производным от понятия «регион», регионализм может быть связан, во-первых, с различными по своему происхождению и характеру сложившимися этническими общностями в составе многонационального государства; во-вторых, наличием внутригосударственных территориальных сообществ, специфические черты которых сформировались в результате освоения определенной природно-географической среды и соответствующего ей хозяйственного уклада, специализации региона в рамках национальной системы разделения труда, а также особенностями социальной структуры, местных проявлений единой национальной культуры и т.п. [2]

В России, вообще, и в Уральском регионе, в частности, полностью отсутствуют горнолыжные курорты, подчеркивающие наш региональный колорит, отображающие нашу веками создаваемую культуру. Испокон веков коренное население Урала почитало природу как святыню. Уральский хребет – это линия, по которой тектоническая плита Европы столкнулась с тектонической плитой Азии. И этот геологический удар имеет «феномен преобразования». Урал – всегда место встречи: Европы с Азией, Руси с Сибирью, христианства с исламом и язычеством, славян с тюрками и финно-уграми. Здесь контакт двух явлений неизменно порождает третье, получившееся из первых двух.

Рассмотрим примеры синтеза природы и национального культурного наследия в других странах и регионах. Первым примером может послужить горнолыжный курорт Банско – самый новый болгарский зимний курорт. Он находится в юго-западной части Болгарии, у острогов Пиринских гор, одного из самых красивых горных массивов. Отличительной особенностью данного курорта являются многочисленные рестораны, выполненные в национальном болгарском стиле.

Проект горнолыжного курорта в Чеченской республике «Ведучи» – другой пример регионального подхода к проектированию. Сам курорт и его архитектурное решение уникально и очень необычно. Во всем мире горнолыжные курорты более или менее похожи друг на друга, а популярностью пользуются те из них, которые смогли сохранить национальный колорит. Было бы странным строить альпийские шале в горах Кавказа. Поэтому курорт «Ведучи» будет представлять собой комфортабельные гостиницы, шале и объекты рекреации, построенные в традиционном для этих гор стиле чеченских национальных башен.

И в заключение можно сказать, что на данном этапе изучения темы формирования внешнего облика горнолыжного курорта, затруднительно выявить какой из путей решения данной проблемы будет предпочтительней. Но уже сейчас можно сказать, что проектировщик горнолыжного комплекса, стремящийся создать поистине привлекательный для туристов курорт, нуждается в создании среды, гармонично вписывающейся в окружающий горный ландшафт и отображающей региональный колорит Урала.

Источники:

1. Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта Российской Федерации на 2006 - 2015 годы» [Электронный ресурс] / Министерство РФ по культуре и спорту // Министерство образования и науки РФ. – М., 2012.
2. Генисаретский О. И. Регионализм, средовое проектирование и проектная культура; Региональные проблемы жилой среды / О. И. Генесоретский. – М.: ВНИИТЭ, 1998.
3. Сесюнина М. Г. Потанин и Ядринцев – идеологи сибирско-го областничества / М. Г. Сесюнина – Томск: 1984.
4. Панченко П. В. Особенности архитектурного формирования горнолыжных комплексов / П. В. Панченко // Архитектон: известия вузов. – 2011. – № 33.

Д. ПАЖИТНЕВА

ПРОБЛЕМА ЭКЛЕКТИЧНОСТИ В ДИЗАЙНЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Благодаря быстрому научному и социальному прогрессу общества происходит частая смена условий развития городской среды. С течением времени это приводит к неизбежному сосуществованию в непосредственной близости сооружений и объектов прошлого, настоящего и предвестников будущего. При этом возникает проблема гармоничного единства градостроительного наследия и современной урбанизированной структуры [8, 11].

Таким образом, если рассматривать городскую среду как исторически сложившуюся многоликую систему, которая содержит в себе социальные и нравственные идеи различных эпох, отражающие характерные для каждой из них культурные ценности и идеалы, то можно говорить о существовании в ней явления эклектики. Причем, в средовых комплексах оно практически неизбежно, особенно в том случае, когда среда развивалась случайно, а не подчиняясь определенному замыслу организации, упорядоченному «сценарию» развития.

Автор, основываясь на позициях «эстетики детерминированного хаоса», характерной для постнеклассического мышления XXI века (по В. С. Степину), видит в эклектике потенциал для развития и совершенствования городской среды, но при условии осознанного, выборочного подхода к применению определенных эклектичных композиционных принципов и средств в дизайне. Такой прием возможен благодаря свойственному человеку мифологическому сознанию, основывающемуся на иррациональном отражении реальности в образно-символической и эмоционально-ценностной форме. Данное мышление не нуждается в жесткой логике построения пространства, поскольку эмоциональное восприятие действительности человеком изначально хаотично.

Для начала рассмотрим эклектику XIX века. В это время она впервые становится основополагающим принципом искусства. В научном плане вопрос о происхождении эклектики оказался чрезвычайно затруднен. Однако существует две различные гипотезы ее возникно-

вения.

1. С одной стороны, исследователи полагают, что к появлению эклектики привел, прежде всего, кризис классицизма, обусловленный возникновением в нем внутренних противоречий и несоответствием предлагаемой архитектуры функциональному назначению и технологическому уровню требуемых построек. В данном случае они выделяют эклектику как самостоятельный стиль [9].

2. С другой стороны, многие исследователи полагают, что эклектика возникла в контексте романтизма, с его философией «свободного перемещения в историческом времени» и отказа от строгих канонов в искусстве [1,5].

Далее рассмотрим особенности феномена эклектики в рамках XXI века. В условиях повсеместного внедрения строительства новых объектов в исторически сложившуюся застройку композиционная целостность городской среды во многом зависит от продуманности их сочетания. Таким образом, становится необходимым предвидеть характер взаимодействия старой и новой застройки уже на начальном этапе проектирования, т.е. динамичное формирование архитектурного облика города должно восприниматься как сложный планово-управляемый градостроительный процесс [8].

Таким образом, основное отличие эклектики XIX века от эклектики века XXI заключается в том, что в первом случае она рассматривается как феномен, отражающий хаос среды, явившийся следствием конфликта между внутренним миром человека и внешней реальностью, а во втором выступает в качестве явления, способного превратить хаос в организованный порядок.

С другой стороны, для обеих эпох характерна точка зрения об особом месте человека в мире. На первый план выходит чувственное познание действительности, индивидуальность, личное мнение и свобода выбора. Индивид обособляет себя от окружающего мира. Творчество (в том числе проектирование) является лишь актом исключительно самопознания, т.е. оно направлено не во вне, а внутрь себя. В XXI веке человек рассматривается как центральное звено сложной системы, способное своими действиями направить ее развитие в определенное русло. Проектирование здесь рассматривается как процесс, ориентированный на человека. Оно призвано способствовать его личностному развитию и раскрытию.

Данные особенности оказывают сильное влияние на принципы формообразования в среде и определяют их развитие во времени от исторического стиля XIX века до феномена эклектики в современном его понимании.

Источники:

1. Борисова Е. А. Русская архитектура второй половины XIX века. – М.: Инфра-М, 2006. – с. 173.
2. Гартман К. О. Стили. В 2-х частях: Ч2. От Ренессанса до наших дней [Текст] / К. О. Гартман. – М.: Искусство, 2000. – 302 с.: ил.
3. Гоголь Н. В. Об архитектуре нынешнего времени. // Полное собрание сочинений. Т. 8, М., 1951, с.64.
4. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник/Г. Б. Минервин, В.Т. Шимко А. В. Ефимов и др.: Под общей редакцией Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. – М.: Архитектура-С, 2004, - 288 с., ил.
5. Кириченко Е. И. Архитектурные теории XIX века в России. – М.: Искусство, 1986. – 344 с.
6. Лексикон неоклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. / Под ред. В. В. Бычкова. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2003. – 607 с.
7. Мишучков А. А. Специфика и функции мифологического сознания [Электронный ресурс] / А. А. Мишучков // журнал Credo электронный: – М., 2000.
8. Основы формирования архитектурно-художественного облика городов/ В. Н. Белоусов, Л. Н. Кулага, В. А. Лавров, И. М. Смоляр и др.; под ред. В. Н. Белоусова и Л. Н. Кулаги. – М.: Стройиздат, 1981.
9. Пунин А. Л. Архитектура Петербурга середины и второй половины XIX века. Санкт-Петербург: Крига, 2009. – 592 с.: ил.
10. Ревзин Г. И. Очерки по философии архитектурной формы [Текст] / Г. И. Ревзин. – М.: ОГИ, 2002. – 144 с.
11. Шимко В. Т. Архитектурное формирование городской среды: учеб. пособие дляarchit. спец. вузов/ В. Т. Шимко. – М.: Высш. шк., 1990. – 223 с.: ил.

КОММУНИКАЦИЯ «ЧЕЛОВЕК-МУЗЕЙ» КАК ОСНОВА СОЗДАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МУЗЕЙНОЙ СРЕДЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В восьмидесятые годы прошлого века произошла весьма заметная смена мотивации посещения музеев людьми. Если до этого в музей приходили в основном за дополнительными знаниями, то в последнее время в музей приходят по большей мере провести время, скоротать досуг [1]. Но музей – это не только и не столько место для развлечений, музей – это часть коммуникационной системы современного мира, где должны формироваться познавательные мотивы, пробуждаться интерес к достижениям человечества в области искусства, науки, техники, прививаться эстетический вкус. Для того чтобы люди стали чаще ходить в музеи, чтобы музеи стали привлекательными, их надо заинтересовать [4], [1]. Именно поэтому так актуальна становится задача формирования познавательной музейной среды с использованием современных достижений науки и техники.

Для педагогической деятельности понятие познавательной среды достаточно определено, а в области музейной деятельности и связанного с ней дизайна такое понятие пока не развито. Исходя из особенности музейной деятельности в современном мире, можно сформировать следующее понятие познавательной среды в применимости к музею: познавательная среда – это совокупность всех условий, которые способствуют возникновению познавательного интереса, развивают учебно-познавательные умения, помогают в выборе определенных решений и при этом предполагают достаточно короткий по времени контакт с субъектом (человеком), и соответственно требуют активного и комплексного воздействия на все его органы чувств.

Под коммуникацией в человеческом обществе подразумевают общение, обмен чувствами, знаниями, мыслями, схемами поведения и т.п. Коммуникационный дизайн – дисциплина, возникшая на грани между распространением информации и оформительством [6]. Согласно трактовке музеолога Д. Ф. Камерона, «музейная коммуникация – это процесс общения посетителя с музейными экспонатами,

представляющими собой реальные вещи. В основе этого общения лежит, с одной стороны, умение создателей экспозиции выстраивать с помощью экспонатов особые невербальные пространственные «высказывания», а, с другой – способность посетителя понимать «язык вещей» [6].

Таким образом, перед дизайнерами остро встала проблема изменения, перестройки экспонирующей функции музеев в плане перехода от пассивно-информационной формы подачи материала к активной эмоционально-информационной форме. Традиционно существующая сейчас схема: экспонат ----» человек, отражает одностороннюю форму информационного потока. Используя современные информационные технологии в ряде случаев, а возможно в большинстве их, можно поменять схему: экспонат «-----» человек, т.е. ввести элемент интерактивности, взаимодействия, коммуникации.

Исходя из анализа рассмотренных аналогов, учитывая тенденции развития современных музеев, а также учитывая возможности и достижения современных технологических коммуникационных средств, мы можем выделить следующие ключевые принципы формирования музейной коммуникационной среды.

1. Активное использование эмоционально-информационной формы подачи материала; применение коммуникационных технологий для визуального, звукового, тактильного способа подачи информации; использование дополнительных элементов воздействия – лазерного шоу, информационных подсветок, объемного, движущегося звука и пр. Например, рассказ об экспозиции может быть передан через звуковые купола [7], позволяющие локализовать звук. Посетитель получает аудиоинформацию, а уже в паре метров от него ничего не слышно. Эта технология пока не применяется в музеях.

2. Применение интерактивного информационного потока, создание возможности активного взаимодействия человека с экспозиционной средой; влияние человека на способ и объем подаваемого материала с целью демонстрации им имеющихся навыков, либо овладения некоторыми необходимыми или полезными знаниями и навыками. Например, 3D реклама, отображающаяся в воздухе компании DisplAir, позволяет пользователям управлять изображениями в воздухе. Этот способ может использоваться и в музеях.

3. Адаптация музейной информационной среды под конкретный

запрос. Применение технологических средств, использующих принципы самообучения, элементы искусственного интеллекта. Трансформация музейного пространства или информационной среды, в зависимости от замысла экскурсовода или требования темы экспозиции. Применение для этого скрытых технических средств или их дизайнерское оформление. Внутри Музея Воды в Санкт-Петербурге – множество мультимедийных экранов. Во время экскурсии экскурсовод останавливается у экранов и включает их, показывая фильм.

4. Сценарный подход к формированию среды и конкретной экспозиции. Сценарный подход предполагает формирование цельного информационного пространства, организацию внутри него органично связанных между собой информационных областей; формирование сценария последовательности демонстрации как во времени, так и в пространстве, формирование внутри информационного пространства демонстрационных развилок, циклов, переходов. Например, здание музея BMW в Мюнхене представляет собой трехуровневую спиральную конструкцию. Весь музей — это один большой пандус, ведущий в визуально фантастическом пространстве по пути развития из прошлого в будущее автопрома BMW.

При формировании информационного музейного пространства возможно как отдельное использование вышеперечисленных принципов, так и их сочетание. Эра компьютеров открывает новые горизонты для расширения восприятия в сфере построения композиций, связанных с новыми техническими возможностями и спецификой видения и понимания современного зрителя. Такая среда по мере усвоения информации дает возможность человеку испытывать и использовать свои способности, стимулирует проявление самостоятельности, инициативы и творчества.

Источники:

1. Голуб С. Музей между прошлым и будущим [Электронный ресурс] / С. Голуб // – М., 2007.
2. Зюзюка И. Средства достижения выразительности в интерьере / И. Зюзюка – Киев: 2002.
3. Майстровская М. Т. Композиционно-художественные тенденции формообразования музейной экспозиции: В контексте искусства, архитектуры, дизайна./ Майстровская М. Т.: Диссертация - Москва, 2002.

4. Ноль Л. Я. Информационные технологии в деятельности музея / Л. Я. Ноль. – М.: РГГУ, 2007.
 5. Никифорова Н. Психология и педагогика / Никифорова Н. – М.: 2008.
 6. Курс: Музееведение [Электронный ресурс] / www.madrace.ru // Безумная гонка за знаниями – М., 2006.
 7. Я поведу тебя в... музей [Электронный ресурс] / www.inavate.ru // Inavate: электронный журнал. – М., 2012.
 8. Новые технологии музейной экспозиции [Электронный ресурс] / Егоровский историко-художественный музей // Егоровский историко-художественный музей. – 2012.
-

А. ПОТАПОВА

ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ СРЕДЫ ПАВИЛЬОНА НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ НА УРАЛЕ

«Сохранение народных художественных промыслов – это священная задача всех поколений. Общество должно оберегать культуру, хранить и приумножать предметы национальной гордости для духовного развития общества возрождения России.»

Президент РФ В. В. Путин, 26 декабря 2006 года

В современном мире процветания научно-технического прогресса возникает необходимость приобщения к духовным истокам, культурному наследию, к национальным традициям в культуре и искусстве. Важное место в этом процессе занимают народные художественные промыслы, где в сфере художественно-практической деятельности создаются своеобразные, индивидуальные, и неповторимые произведения.

Выставка декоративно-прикладного искусства является одним из самых интересных феноменов современной культуры. Чем дальше идет развитие народного искусства, тем большую практическую актуальность она приобретает. В настоящее время существует повышенный интерес к проблемам выставочно-ярмарочной деятельности народных промыслов в России и путям дальнейшего развития этой деятельности.

Важнейшим условием сохранения народных художественных промыслов является создание инфраструктуры сбыта изделий промыслов. В современной среде рыночные мероприятия, такие как ярмарки и выставки, не имеют общей концепции проведения подобных мероприятий. Неразвитость этой сферы является сегодня главным фактором неудовлетворительного состояния отрасли.

Актуальным в России остается формирование целостной концепции проведения выставочно-ярмарочных мероприятий, которая послужит формированию современной инфраструктуры региона, реально повысит уровень его благосостояния.

Черты Ярмарок и выставок 19-20 вв.

1. Ярмарки и выставки являются очень древним способом торговли и общения и имеют богатую и красочную историю. Ярмарки зародились как мероприятие рыночного характера в начале 19 века, основной целью которого являлся сбыт [1]. Ярмарки предполагают массовое гулянье, развлекательные шоу-программы, игры, покупку-продажу сувениров и народных промыслов и, как правило, приурочены к народным праздникам или событиям (масленица, пасха, рождество, новый год ит.д.). Одним из примеров может послужить Сорочинская ярмарка и Нижегородская ярмарка (1)(2).

Нижегородская ярмарка - крупнейшая ярмарка в России (1817 - 1929), которая способствовала развитию инфраструктуры города (гостиницы, трактиры, рестораны, чайные), развлекательных и зрелищных сооружений (театр, цирк), [2].

2. В эпоху индустриализации, развития новых материалов и технологий ярмарки ушли на второй план. С 1851 года началось становление выставок (ЭКСПО), как отдельных от ярмарок мероприятий. Выставки стали главным средством, с помощью которого страна демонстрировала свои товары и услуги на международном уровне. Выставки возникли как средство публичной демонстрации достижений человечества, и по мере развития приобрели ярко выраженную коммерческую направленность. Организаторы выставочных мероприятий заимствовали из истории ярмарок принцип определенного места в определенное время года, чтобы показать определенную отрасль промышленности.

Выставки носят по большей части просветительский характер, без яркого красочного шоу, но с элементами представления на от-

крытии и закрытии самой выставки. Организуются выставки в целях демонстрации новинок в технике, архитектуре, дизайне и др. Цель выставки – привлечение клиентов к сотрудничеству, для продвижения товара на рынке в России и за рубежом.

Сегодня мировой выставочный бизнес — это динамично развивающаяся индустрия, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, специализированные кадры.

Среди современных тенденций главным трендом является осознание выставки как формы коммуникации, в которой стираются временные и пространственные границы. Выставки становятся все более специализированными, сложными по своей структуре, усиливаются требования к номенклатуре и качеству выставочных услуг. Массовый интерес публики, разной по социальному положению, статусу и возрастным группам, приходится на выставки-ярмарки, приуроченные к праздникам и событиям.

Народные промыслы в России и на Урале.

Изучение корней своего народа, культуры своих предков необходимо для формирования личности, умения грамотно ориентироваться в социальном мире. Народные художественные промыслы являются духовным наследием российского общества. Как правило, выставки-ярмарки народных промыслов – это возрождение традиций народного искусства, расширение рынка сбыта своей продукции; возможность продажи изделий и предоставление рабочих мест; поиск новых идей для творчества; популяризация народного искусства и привлечение внимания управленческих и предпринимательских структур; участие в деловой программе (обучающие семинары, «круглые столы», мастер-классы).

В современном мире массовое строительство базовых выставочных павильонов, торгово-развлекательных комплексов различного характера обусловлены целым рядом их преимуществ: прежде всего созданием на специальных территориях в рекреационных зонах комплексов и ансамблей из зданий различного функционального назначения. Они образуют благоприятную среду для различных видов культурной деятельности и их активного взаимодействия и отличаются многомерным комплексным воздействием на зрителя (посетителя-зрителя, слушателя, участника и т.д.)[5]. Следовательно, остается актуальной разработка концепции, определенных принципов

формирования таких масштабных мероприятий, как базовые ярмарки и выставки народных промыслов, с учетом средового подхода в проектировании мест их проведения.

Для Урала перспективно проектирование базового выставочного комплекса народных промыслов на территории лесопарковой зоны вблизи крупного промышленного города. В базовом павильоне должна быть предусмотрена постоянно действующая выставка-продажа изделий народных промыслов. Внутри павильона предпочтительно четкое тематическое зонирование: выставочная зона, зона продажи, коммуникационная зона, зона отдыха, зона развлечений и зрелищ (театральная зона, сцена), зона проведения мастер классов, зона кафе-ресторанов. Зонирование на прилегающей к павильону территории парка: зона парковки, тематические зоны, техническая зона, зона отдыха - сквер, дендрарии, пруд и др., зона активного отдыха. Основная задача разрабатываемой постоянно действующей выставочной среды – это создание тематического парка, в котором все элементы перекликаются, взаимно дополняют друг друга и грамотно вписываются в ландшафт.

На эмоциональное восприятие могут влиять такие компоненты как: информационно активные объекты и светодинамические «перфомансы» (интерактивные световые представления, проекционные системы, экраны, художественный свет); пространственные арт-объекты, инсталляции, декорации. Активно включаются в действие материалы, фактура и цвет, разномасштабность. Представляя собой рационально организованный комплекс идейных, смысловых, эстетических и материальных компонентов, базовая выставка народных промыслов «сконцентрирует на своей территории многие актуальные явления искусства культуры, участвуя в становлении и развитии общечеловеческих ценностей общества» [6].

Источники:

1. Александрова Н. В., Филоненко И. К. «Выставки и ярмарки как социокультурный и экономический феномен».
2. Богородицкая Н. А. «Нижегородская ярмарка. Исторический очерк» Н. Новгород. 1991 г.
3. Е. Евдокимова, «Всемирная Колумбова выставка 1893 года в Чикаго». Спб., 1893.
4. Крылова Т. В. курсовая работа «Комплексное формирование среды

выставочного павильона».

5. Богородский С. В. «Художественная выставка в условиях современной культуры».

М. САДАКОВА

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СРЕДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ СИРОТ

Сейчас в современной России по официальным данным более 700 тысяч детей сирот, это больше чем в послевоенные годы в СССР. [6] Для этих детей государственное учреждение вынуждено становиться единственным домом. Известно, что существенный процент детдомов и домов-интернатов не имеют элементарных условий для комфортного проживания детей.

По мнению психологов, социальная адаптация детей-сирот - новая проблема для России. Для Советского Союза ее как будто и не существовало: считалось, что в специальном воспитательном учреждении ребенок уже находился в лучшем из возможных мест, где его последовательно приобщали к коммунальному мироустройству. [3]

Еще десять лет назад не было и речи о методах социальной адаптации, о создании комфортной среды, о которых сейчас в России говорят уже на государственном уровне. Формирование комфортной визуальной среды - один из способов социальной адаптации детей-сирот.

Социальная адаптация, (лат. *adapto* — приспособляю и *socialis* - общественный) приведение индивидуального и группового поведения в соответствие с господствующей в данном обществе, классе, социальной группе системой норм и ценностей. [4]

Сейчас появилась возможность уйти от модели привычного закрытого детского дома, с его казенными стенами и коридорной системой, ведь постоянное нахождение детей в специфической закрытой среде тормозит у них выработку элементарных бытовых и социальных навыков.

Уже сегодня существует достойная альтернатива детским домам, это детские деревни (городки). Инфраструктура такой деревни похожа на небольшой поселок с 10-15 домами на объединенной терри-

тории. В доме живут от 5 до 10 детей с профессиональными приемными родителями, которые помогают малышам реабилитироваться после потери родной семьи и создают все условия для нормального взросления. Так же создаются благоприятные условия для полноценной жизнедеятельности, добавляется предметное наполнение и технологическое оборудование, которое вместе с объемно-пространственной организацией образует интегральную форму среды.

Идею необходимости воспитания брошенных детей в условиях, близких к семейным, воплотил австриец Герман Гмайнер. «SOS детская деревня» – общественная организация, с 1949 года помогающая нуждающимся детям. Сегодня SOS Children's Villages International – крупнейшая международная, независимая, негосударственная, социальная организация, работающая в 132 странах на всех континентах на благо детей-сирот и детей, подвергающихся риску социального сиротства. В России построены 6 таких детских деревень и уже есть последователи – Семейный детский дом «Китеж» и «Салем» – детско-юношеская деревня с садово-огородническим хозяйством. Конечно, «Детская деревня» – это лучшая модель современного детского дома, по своей идеологии и проектному решению, но все же и она требует совершенствования и модернизации.

Для решения этой проблемы, можно предложить следующие проектные приемы.

1. Открытое пространство.

Пространственные ситуации полностью или частично не имеющие ограждений. [5] Открытый интерьер, является дизайнерским воплощением концепции доступного общества, демонстрирующего активный, динамичный и коммуникабельный стиль поведения. В наши дни такой тип структуризации пространства среды реализуется путем гибкой планировки помещения, организации просматриваемого из любой точки пространства, разделенного не на комнаты, а на функциональные зоны. Здесь можно провести аналогию открытости детей миру, с психологической точки зрения их безграничность видения пространства.

2. Камерное пространство.

Границей закрытого пространства служит материальная преграда (оболочка) участвующая в формировании среды. Эмоциональная характеристика пространственных связей между закрытыми про-

странствами выражается, в создании условий для психологической адаптации детей при переходе от камерного ощущения к восприятию бесконечности грандиозного мира. Ограждающая оболочка служит переходным элементом между пространствами (навес, портик, терраса, лоджия, крыльцо, дворик и пр.).

3. «Пространство - оболочка»

Здесь подразумевается нерасчлененное, как пещера, своеобразное обрамление среды и ее главное архитектурно-выразительное средство. Пещера - сакральное убежище, укрытие. [7]. С точки зрения психологии ребенку важно иметь свое личное пространство, где иногда можно было бы укрыться, спрятаться. Форма-оболочка определяет границы внутреннего одинарного пространства, определяет характерные качества ограниченного пространства - абсолютную величину, геометрический вид, статичность или динамичность, степень изолированности, распределение света.

4. «Пространство-время»

«Время» отличает интерактивный дизайн от других видов. Это оболочка наших понятий об интерактивности. Выражается в иллюзорности, ощущении мимолетности, интерактивности. Это позволяет создать уникальный динамичный и трансформируемый диалог между людьми и окружающими предметами и системами. Свет, цвет, характер рисунка и движения позволяют изменять расстановку акцентов, стилистическую тематику интерьера подстраиваясь под желаемые детьми условия.

Применение того или иного средства дизайна непосредственно связано с функцией задаваемой среде. Так, например, общее пространство «Детской деревни» будет поделено на функциональные зоны, предназначенные для выполнения определенных видов деятельности. Для игровой зоны, например, будет актуально открытое пространство, а так же пространство-оболочка, или пространство в пространстве. Для зоны отдыха и спальной зоны камерное и пространство-время, так же как и для учебной зоны.

Средовая ситуация должна быть динамичной, обладать уникальной чертой — умением «приспосабливаться» к вкусам, привычкам и желаниям потребителей. Практически любая адаптация - способность средовых объектов в процессе своего становления, существования и развития изменять часть характеристик «в угоду» интересам

использующих их людей. Также можно отметить обоюдный характер процессов адаптации – с одной стороны, человек изменяет какие-то черты своего окружения, с другой – среда формирует у него новые привычки и представления, меняя если не весь образ жизни, то хотя бы некоторые его параметры.

Источники:

1. Шимко В. Т. Основы дизайна и средовое проектирование. – М.: Архитектура -С, 2004. – 160 с.
2. Шимко В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории: учеб. пособие / Шимко В. Т. –С, 2005. – 296 с.
3. Занозина В. Н. Сиротство и беспризорность в России: история и современность. – СПб.: Лики России, 2008. – 38 с.
4. Яковлев А. М., Социальная психология, М., 1971; Человек и общество. Проблемы социализации индивида, Л., 1971. – 245 с.
5. Г. Минервин, В. Шимко., Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. М., 2004 288 с.
6. Электронный журнал. <http://news2.ru/story/310515/>
7. Энциклопедия символов. <http://www.symbolarium.ru>.
8. Официальный сайт организации «Детские деревни – SOS».[электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sos-dd.ru>.

Т. ХНЫЖОВА

ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ПРОЕКТИРОВАНИИ СВЕТОВОЙ СРЕДЫ НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА ЯНА КЕРСАЛЕ

В последнее время теоретики дизайна все чаще стали обращаться к феноменологическому подходу как к методу созерцательного философского размышления и погружения. «В контексте постмодернистской теории дизайна преобразуется само понимание творческого и познавательного процессов»[3]. Происходит переориентация с «бесстрастной точки зрения индифферентного наблюдателя» к образу «взаимодействующего соучастника событий», поскольку человеку присуща способность моделировать социально-культурный мир как единство объективной реальности и субъективных переживаний [1, 2, 3, 4, 6].

В последнее десятилетие в области создания светового образа средовых объектов сформировался новый подход, при котором ведущая роль отдана эмоциональному, ассоциативному восприятию световой среды. Чтобы понять, почему такая концепция создания световой среды может быть названа феноменологической, необходимо рассмотреть некоторые ключевые моменты истории искусственного освещения городской среды [5].

Этапы развития искусственного освещения в городской среде.

1. До 70-х гг.: городская световая среда представлена функциональным освещением и выборочной подсветкой исторических зданий. Большинство этих памятников архитектуры было построено в то время, когда здания проектировались только с учетом солнечного света, следовательно, ночью визуальная красота архитектуры терялась. Здания старались освещать искусственным светом так, чтобы по возможности максимально воспроизвести их дневной облик. Предполагалась, что такой метод искусственного света оптимален для восприятия исторических архитектурных объектов. Таким образом, здание определялось только в качестве объекта, отдельно от своей сущности и назначения.

2. Конец 70-х – начало 80-х гг.: началась активная интеграция света в архитектуру. Впервые архитекторы использовали свет для того, чтобы подчеркнуть и показать сложную архитектуру своего проекта. Этот новый интегрированный подход к свету в архитектуре вначале был привязан к внешнему облику объекта, выявлял композицию и пластику фасадов и был предназначен для лучшего визуального понимания здания.

3. 90-е гг.: появление нового подхода в проектировании световой среды. Такой подход, в первую очередь, ориентирован на эмоциональное, ассоциативное восприятие объекта светового дизайна.

Светодизайнер Ян Керсале один из первых художников по свету, которые начали использовать искусственное освещение для того, чтобы придать окружающей среде новое измерение. В своих проектах Керсале использует свет в качестве инструмента, который может помочь рассказать историю освещаемого объекта и вписать его в социально-географический контекст. Можно сказать, его световые инсталляции выявляют взаимосвязь между зрительным образом и социальной функцией объекта. Ян Керсале говорит, что с помощью

света он «выявляет внутреннюю жизнь здания, показывая его электрокардиограмму.

В 1992 г. Яну Керсале было поручено разработать подсветку для Собора Святого Петра в городе Нант. В этом проекте художник намеренно нарушил негласное правило освещения готического собора, в соответствии с которым свет должен подчеркивать вертикали здания как главные характеристики готической архитектуры. Созданный Керсале светодизайн основывается на освещении фасада собора пучками, «мазками» света. Ночью фасад массивного Собора в Нанте разбивается на части 1900 пятнами голубого света. Их оттенок постоянно варьируется в соответствии с данными датчиков, установленных в русле реки Луары. Ночной облик здания изменяется ежедневно в зависимости от силы течения реки и океанического прилива. Выбранный Керсале эффект освещения призван вызывать в памяти серию картин Моне «Руанский Собор», представляющую собой различные виды Собора в разное время дня и года. Такое световое решение фасада больше относится к идее визуального впечатления, чувственного, ассоциативного восприятия, чем к выявлению архитектурных и композиционных особенностей здания. Для описания своего концептуального подхода Керсале использует термин «геопозитика», которое ввел в обращение шотландский поэт Кеннет Уайт. Город Нант успешно развивался благодаря его расположению в устье реки Луары, которая считалась главной артерией города, а Собор являлся его средневековым сердцем. Световая инсталляция Керсале создает впечатление, что скрытый водный поток реки Луары с наступлением ночи просачивается сквозь каменные стены собора. [7]

Разработка системы освещения Оперного театра в Лионе 1993 году - еще один проект Яна Керсале, ярко отражающий новый подход к проектированию световой среды. Футуристическая цилиндрическая крыша Лионского Оперного театра окрашивается в красный цвет с наступлением ночи. Красный цвет призван символизировать оперу, ведь именно этот цвет люди обычно ассоциируют с залом классического театра. Интенсивность красного света меняется в зависимости от уровня «человеческой активности» внутри здания. Эта активность определяется и регистрируется датчиками и видеокамерами, расположенными внутри здания. В этом проекте свет подчер-

кивает не только архитектуру, сочетающую классический и современный стили, но и социальную функцию Оперного театра: свечение купола меняется и словно дышит как «легкое» города, отражая живое действие, происходящее внутри. В этом проекте Ян Керсале помогает зрителю понять, что «здание имеет свою собственную жизненную форму и ему есть что рассказать». Меняющееся освещение показывает, что Оперный театр постоянно находится в действии, даже когда он закрыт для зрителей. Таким образом, во время ночных репетиций, красная пульсирующая подсветка дает понять, что в театре продолжается жизнь. Такой подход к освещению используется чтобы раскрыть внутреннюю жизнь данного здания, которая зрительно воспринимается прохожими [9].

Феноменологический подход к проектированию световой среды предполагает создание светового образа через авторскую интерпретацию объекта, которая может быть связана с его историей, функциональным назначением, а также с социально-географическим контекстом. При подходе, который использует в своих работах Ян Керсале, ассоциативное, эмоциональное восприятие световой среды играет не менее важную роль, чем композиционная выразительность. Этот тонкий, интеллектуальный подход к вопросам освещения создает условия для погружения зрителя в психофизическое состояние, необходимое для полного осознания объекта. Такой подход призван вызывать у зрителя процесс осмысления, рефлексии на основе того, что он видит. Когда ночное световое оформление рассказывает историю конкретного места, оно помогает вновь открыть и понять его непосредственное окружение и смысловую выразительность и таким образом ведется диалог «житель-город» средствами дизайна световой среды.

Источники:

1. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник/Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др.: Под общей редакцией Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. - М.: Архитектура-С, 2004, 288 с., ил.
2. Инишев И. Н. Феноменология как теория образа / Имишев И. Н. // Логос, 2010. № 5. - С.196-204
3. Мосорова Н. Н. Феноменология созерцания в теории архитектуры и дизайна [электронный ресурс] / Мосорова Н.Н. // mos-philosophy.usoz.ru. - Екатеринбург, 2007.

4. Розенсон И. А. Основы теории дизайна./ И. А. Розенсон.: Учебник для вузов – С-П, 2007. – 224 с.
 5. Щепетков Н. И. Световой дизайн города /Н. И. Щепетков.: Учеб. Пособие – М.: Архитектура-С, 2006. – 320 с.: ил.
 6. Seamon D. Phenomenology, Place, Environment, and Architecture: A Review [Электронный ресурс] // arch.ksu.edu. – New York, 2000.
 7. Yahn Kersale // Ykersal: официальный сайт. – Париж, 2012.
 8. Там же, режим доступа: <http://www.ykersale.com/index.php?rubrique=2&soussections=req2&idprojet=36>.
 9. Там же, режим доступа: <http://www.ykersale.com/index.php?rubrique=2&soussections=req2&choix=themes&idprojet=88>.
-

Е. ШУБЕНЦЕВА

ОБРАЗОВАНИЕ ТВОРЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ РЕГЕНЕРАЦИИ РЕГИОНАЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Потребность в регенерации регионально-промышленных территорий становится очевидной с 1960-х годов и связана со структурными преобразованиями индустриальных регионов. Промышленный спад 70-80 гг. привел к падению уровня производственных технологий, беспрецедентным загрязнениям окружающей среды, вымыванию рабочих мест, маргинализации территории, потере населения, обнищанию и т.д. Так, например, образовались целые биологически мертвые области без собственной способности к регенерации, непривлекательные для дальнейшего экономического и, соответственно, градостроительного развития.

Стратегия восстановления нарушенных территорий практически во всех странах основывается на ландшафтно-экологических методах проектирования и включает следующие приоритеты:

- модернизация: экологическая и экономическая регенерация бывшей индустриальной области;
- квалификация: концентрация на улучшении качества среды населенных мест и ландшафта. Более высокое качество городской среды может быть достигнуто, прежде всего, через культивирование стро-

ительной культуры и защиту существующего культурного наследия, с одной стороны, и через поощрение прогрессивной архитектуры с другой;

- интеграция: районы с высокой пропорцией социально-уязвимых групп и депрессивных поселенческих сообществ создают вызов имиджу местности и его будущему экономическому развитию»;

- сотрудничество: регенерация старого индустриального ландшафта может быть достигнута только через интегральные концепции. Поэтому индивидуальные проекты должны быть скоординированы, взаимно дополняя и усиливая друг друга;

- пространственная композиция [5].

Проблема убыточности перепроизводства сырьевых товаров стала общей для всех угледобывающих стран, на территории бывшего СССР крупнейшие промышленные регионы постепенно стали называться «депрессивные шахтерские города», где жили люди, у которых больше не было работы, а альтернативной никто не предлагал. [6]

У таких регионов существует два варианта дальнейшего развития: масштабная реструктуризация или постепенное затухание и звание «депрессивного». Правительство в Германии в этой ситуации выбрало первый вариант и стало постепенно сворачивать добычу угля и закрывать шахты в пользу более перспективных отраслей, таких как машиностроение, электромеханика, информационные технологии, банковский сектор.

Область Рур, расположенная в Западной Германии, в начале прошлого века отвечала за всю основную тяжелую и угледобывающую промышленность страны. Системность и долговременный характер перемен дали потенциал для развития индустриальной Рурской области в постиндустриальном XXI в. После предпринятых изменений были образованы не просто музейные комплексы. Бывшая шахта Zollverein, внесенная в список культурного наследия Юнеско, преобразована в своего рода музей Route der Industriekultur (путь индустриальной культуры), в котором демонстрируется быт, условия работы, атмосфера и будни горняков. Были созданы учебные заведения: университет Дуйсбург-Эссен, школа индустриального дизайна и др. Все это сделало Рурскую область привлекательной для активных и творческих людей. Феномен Рура заключается в том, что именно

у этой области было меньше всего шансов на успех. Но совместные усилия политиков, жителей, художников в течение 20 лет все-таки превратили Рур из заброшенного состояния в процветающий культурный метрополис.

Пока творческий класс играет роль «санитаров» города, а исследователи-теоретики развивают теоретическую базу, муниципальные власти во многих странах мира все больше осознают социально-экономические преимущества от развития этого направления и включают его в процесс планирования городов, начинают заботиться о накоплении культурного капитала и реализуют целые программы по ребрендингу районов. [4]

Концентрация творческих ресурсов города получила название «творческий кластер», а процесс облагораживания кварталов - звучный термин «джентрификация». Понятие кластера введено Майклом Портером в работе «Международная конкуренция», в которой акцентируется внимание на свойстве конкурентоспособности не только для отдельных компаний, но и для целых территорий, регионов и наций. Кластер означает группу взаимосвязанных компаний и отраслей, сосредоточенных на одной территории и выигрывающих благодаря близости расположения и тесному взаимодействию. Кластеры, согласно М. Портеру, - это «двигатели продуктивности». [3]

Кластеры снимают жёсткое деление сферы производства (товаров) и сферы услуг. Они включают и поставщиков, и производителей, и сопровождающие сервисы, и необходимые институты — как финансовые, так и образовательные, поскольку для успешного кластера необходима налаженная подготовка специалистов. В кластере можно быстро начать своё дело (низкие входные барьеры), быстро обмениваться знаниями, быстро найти нужных людей, оставаясь на той же территории. Кластеры означают «быструю диффузию лучших практик» (М. Портер). [3]

Творческие индустрии призваны сегодня размыть границу между культурой и бизнесом. В соответствии с концепцией «креативный город» Ч. Лэндри, в результате деятельности творческих кластеров происходит возрождение заброшенных территорий. [1] Жизнедеятельность кластера оказывает позитивное влияние на окружающую территорию — старые заброшенные районы получают новую жизнь, становятся привлекательными и для жителей города и для

туристов. Творческие кластеры успешно регенерируют бывшие промышленные здания, заброшенные склады и старые жилые дома, а творческие люди развивают свои проекты на необычных площадках, которые в центре города доступны немногим. Если в индустриальную эпоху горожане стремились отделить непривлекательные производственные индустрии от жилья, мест отдыха и развлечения, то сейчас можно констатировать, что перед нами новое урбанистическое пространство с развитыми процессами социального обмена.

Источники:

1. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Классика-XXI, 2006. – 399 с.
2. Женин И. А., Восприятие России консервативными интеллектуалами Германии (1919-1933 гг.), автореферат.
3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Междунар. Отношения, 1993.
4. Манюк А. Центр дизайна ARTPLAY: первый творческий кластер в Москве. – 2006.
5. Унагаева Н. А. Проблемы типологии и композиции в ландшафтной архитектуре второй половины XX – начала XXI вв. (зарубежный опыт), автореферат. – 2011.
6. Полетаева А. Рурский котел: как создавали культурный метрополис из шахтерского города. – 2011.

Научное издание

**ДИЗАЙН, БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО.
ГРАНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Материалы международной
научно-практической конференции

Уральская государственная
архитектурно-художественная академия
Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, 23

Дизайн и компьютерная верстка В. А. Брагин

Подписано в печать 26.09.2012
Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. п.л. 12,6
Тираж 100 экз. Заказ № 30

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ФГБОУ ВПО «УралГАХА»