

**ЖУРНАЛ
«Техническая эстетика
и промышленный дизайн»**

№ 8/2006

Редакционная коллегия

Дизайн и верстка
Светлана Евсеева

Корректор
Любовь Краденых

Адрес редакции:

119602,
Москва, о/с 602,
а/я 202
ИД «Панорама»

Журнал зарегистрирован
Министерством
Российской Федерации
по делам печати,
телерадиовещания
и средств массовых
коммуникаций

Свидетельство
о регистрации
ПИ 77-15546 от 26.05.03 г.

Журнал
распространяется
через каталоги:
ОАО «Агентство
«Роспечать»
и «Почта России»
(ООО «Межрегиональное
агентство подписки»),
а также путем прямой
редакционной подписки

© Некоммерческое
партнерство
Издательский дом
«Просвещение»

Подписано в печать
02.08.06 г.

Печать офсетная.
Печ. л. 8
Заказ №

В работе над журналом были
использованы материалы
интернет-сайтов:

www.rosdesign.com,
www.expert.rosdesign.com,
www.idi.ru,
www.rudesign.ru,
www.stroganovka.ru,
www.businessweek.com,
www.sreda.boom.ru,
www.bauhaus-dessau.de,
www.designet.ru,
www.archi.ru,
www.red-dot.org,
www.designstory.ru

ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА И ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН

№ 8/2006

Теория и история дизайна

Дизайн в противоречиях культуры и природы	2
Дизайн в легендах. Очерки по теории и практике дизайна на Западе	6
Формообразование и композиция	14
Развитие дизайна в РСФСР в 1930–50 гг. Общее положение страны и искусства в 30–50 гг. XX в. Соцреализм и ар деко	25

Методы и методики в промышленном дизайне

С чего начать и как повести проект, чтобы не было потом мучительно больно... ..	30
Дизайнерские методы познания	35

Документы

Концепция развития дизайна в Российской Федерации до 2008 года (проект)	37
--	----

Школы дизайна

«Баухауз» — первая школа художественного конструирования	42
Вхутемас — Вхутеин	44

Премии и конкурсы

Очки в нашу пользу: японцы выбирают русский дизайн. Итоги конкурса Charmant	45
Red dot design award	48
Лучшие дизайнеры премии red dot award: product design 2006	50
Премия IDEA 2006	54

Знаменитые дизайнеры

Джаспер Моррисон	57
------------------------	----

Справочник дизайнера	59
----------------------------	----

Надо делать добро

Труден путь к добрым делам	64
----------------------------------	----



Карл Кантор

ДИЗАЙН В ПРОТИВОРЕЧИЯХ КУЛЬТУРЫ И ПРИРОДЫ

в различных регионах мира

I

Когда речь идет о произведениях декоративного искусства — народного или профессионального, — приложимость к ним критериев определенной национальной культуры не вызывает сомнений. Можно даже сказать, что культуроведческий анализ стал отчасти вытеснять здесь чисто искусствоведческий как слишком общий и отвлеченный. Иное дело — дизайн. Поскольку он тесно связан с машинной техникой — а она одинакова в странах Запада и Востока, — дизайн многим представляется деятельностью, мало зависящей от культурных традиций.

Но так ли это?

Не окажется ли при более близком рассмотрении, что не только особый характер тех культурных значений, которые благодаря дизайнерскому проектированию получают изделия массового производства, но и сам дизайн, как социальное явление внутри общества, определяется не только и не столько «универсальной техникой», сколько уникальной и устойчивой совокупностью основных ценностей и норм — то есть ядром его культуры? В каждой культуре эта совокупность, ее конфигурация — своя и не похожа на конфигурацию фундаментальных ценностей и норм другой культуры.

Когда какое-либо традиционное общество принимает вместе с техникой принципы экономического роста, дизайна и т.п., в нем, несомненно, изменяются некоторые ценности и нормы культуры (и особенно предметные формы выражения их значений), однако изменения эти, как правило, не затрагивают ядра культуры: целостность не нарушается. Более того, силы сцепления, исходящие из ядра, подчиняют этой целостности все культурные заимствования, которые внутри нее приобретают свой особый смысл.

Уникальность культур — условие плодотворности их взаимодействия. Они потому и нужны друг другу, что непохожи. Одна постоянно генерирует новые научные знания, но при этом не ориентирована на их техническое применение, другая, напротив, способна осуществить техническое воплощение научных идей, но не способна сама их порождать, наконец, третья отличается умением использовать результаты технической деятельности для поддержания устойчивой социальной организации, которая одаривает первую и вторую принципами, умеряющими поток нововведений. Было бы неверно усматривать здесь черты примитивной специализации, ибо нельзя утверждать, будто есть то целое, внутри которого отдельные культуры занимают положение его частей — взаимосвязи тут более сложные: во всех обособленных культурах можно усмотреть единый план строения, своеобразие которого возникает в результате взаимодействия их со своей природной подосновой и средой (антропологической, ландшафтной, климатической и т.п.) и с другими культурами (культурной средой), в силу чего каждая отдельная культура занимает свое особое место в западно-восточном «культурном поле Земли».

Конечно, заимствования изменяют внешний облик культур. Иногда может даже показаться, что культура стала совсем другой, но стоит приглядеться ближе к новообразованиям, как обнаруживаешь все то же культурное ядро. Крепость его удивительна.

Сегодня принято обращать внимание на стремительность культурных перемен, обгоняющих будто бы самую способность человека адаптироваться к ним, и возникающую в связи с этим психическую болезнь, которую О.Тоффлер назвал «шоком будущего».

Однако в гораздо большей степени поражаешься ныне постоянству мира,

неизменности коренных черт и особенностей всех существующих теперь на Земле культурно-исторических типов.

Тут нет противоречия, ибо изменения происходят во внешнем слое, в оболочке ценностей и норм культуры, а неизменность принадлежит ее ядру и целостности.

Следует лишь сказать, что именно быстрота культурных перемен, обусловленная интенсивностью современного культурного обмена, позволила нам особенно остро почувствовать силу культурной традиции, коренящейся в сознании людей, принадлежащих к данной культуре, и проявляющейся во взаимоотношениях их друг с другом и с представителями других культур.

Это, между прочим, и создает самую надежную гарантию единства и крепости общества.

В структуре общества нет буквально ни одного социального явления (все равно, изначально ли присуще оно обществу или недавно воспринято от других), которое не было бы пронизано, как живая ткань нервными клетками, устойчивыми, генотипическими ценностями и нормами своей культуры.

И дизайн тут не составляет исключения.

Можно согласиться лишь с тем, что обнаружить в дизайне эту его культурную обусловленность не так просто, ибо на современном этапе всеодинаковость его внешних проявлений гипнотизирует и заставляет думать, что сам по себе дизайн нейтрален по отношению к определенной культуре и социальному порядку и только использование накладывает на него отпечаток целей, посторонних ему.

Путаешь карты и попытка разобраться в дизайне методом внешнего описания его продуктов, сравнительно-стилистическим их анализом.

Но если даже при изучении и критике произведений народного, а также

профессионального декоративного искусства мы обнаруживаем недостаточность испытанных искусствоведческих приемов, то тем более это относится к дизайну.

Дело совершенно меняется, когда мы обращаемся к понятиям истории и теории культуры и — что не менее важно — когда, не полагаясь всецело на научное познание, мы стремимся постичь дизайн силой своего культурно-исторического опыта, воображения, чутья, рассматривая его в реальном культурном контексте. Искусствоведческие и эстетические подходы при этом не только не отвергаются, но, наоборот, обретают надежную почву под ногами.

В самом деле, с точки зрения узкоискусствоведческой, материально-художественная культура, как правило, распадается на слабо связанные между собой специфические виды и продукты деятельности: архитектуру, народное искусство, художественную промышленность, художественное проектирование, прикладное искусство, дизайн и т.д. А с точки зрения культуроведческой, все эти виды и продукты предстают как внутренне родственные и связи последних между собой выступают как вполне согласованные с идеалами и нормами определенной культуры. Наконец, рассмотрение дизайна как порождения определенной культуры бесполезно для прояснения общих характеристик последней, а, следовательно, и возможностей восприятия дизайна другими культурами и тех модификаций, которые при этом с ним происходят.

II

Современный дизайн складывался, заполняя культурный вакуум, образовавшийся на Западе в ходе длительной смены ремесла машинной индустрией. Возникновение и стремительное развитие последней долгое время переживалось как «отпадение» производящей деятельности от упорядоченной ценностями и нормами культуры человеческой жизни.

И надо признать, что поначалу машинная индустрия действительно выступила как сила противокультурная.

Это был, бесспорно, один из наиболее впечатляющих примеров парадоксальной противоречивости, свойственной переходным эпохам истории, особенно истории Запада, когда культура и природа временно как бы меняются местами.

Дело в том, что сама возможность растущей экономической, технической и научной деятельности коренилась, помимо всего прочего, в том особом строе личностной культуры, который ориентировал индивида на неограниченное проявление самостоятельности, на бестрепетное исследование природы и практическое покорение ее. И вместе с тем начальные этапы реализации этих культурных императивов не могли не сопровождаться поруганием святынь, разрывом с веками нажитыми привычками, обычаями, вкусами и т.д. В этой безудержной экономической, технической и научной деятельности пришли в движение подспудные, спонтанные, слепые природные силы самой человеческой натуры, обязанные культуре лишь тем, что она освободила их из плена безусловного благоговения перед унаследованными предпосылками бытия.

В результате такого хода дел обнажилось пронизывающее историю противоречие культуры и природы, которое приняло сегодня обескураживающие размеры и формы.

С одной стороны, новая техника, впряженная в хищническую экономику, выступила как проявление демонически-природной силы, пробудившейся в человеке. «Природный хаос», давно уже (и, казалось, навсегда) превращенный с помощью ограниченной материальной практики (ремесла), религиозной и художественной фантазии в гармонически расчлененный «космос культуры», снова грубо заявил о себе дымом, копотью, смрадом, лязгом, скрежетом, визгом фабрик, шахт, машин, железных дорог, зловонием трущоб, серой сутолокой улиц, скучными стандартами промтоваров. В традиционной культуре, в привычном устойчивом укладе жизни это произвело грандиозные разрушения.

То была стихия, стихия творчества, в котором начало природное, бесконеч-

ное должно было (чтобы творчеству состояться), хотя бы на момент, взять верх над существующей упорядоченностью и предопределенностью всех признанных ценностей, правил и норм. С другой стороны, машинная техника предстала как нечто резко противоположное природе, особенно живой, как воплощение чистой рациональности, воли, логики, расчета, подчиняющих себе природу.

Машина и произведенная ею предметная среда долгое время заключали в себе более радикальную оппозицию природе (ее непосредственным, зримым, чувственным проявлениям), чем предметный мир культуры, созданный ремеслом. Там были соответствия, совпадения, плавные переходы, здесь — контраст, разлад, разрыв. А вступив в конфликт с прирученной видимостью природы, машина и ее изделия не могли, в силу этого, не оказаться одновременно в конфликте с предметным миром ремесленного дизайна. Последний был повержен, вытеснен из утилитарного, технизированного мира, чуть ли не исчез совсем. Заносчивые его попытки прикладнически закрепиться на внешней поверхности машинных фабрик были бесплодны.

Раскол между культурой и природой, выступившей на этот раз в виде машин и их аляповатых продуктов, долго казался трагическим и неустрашимым.

Однако та самая личностная культура, которая отпустила на свободу природно-творческие силы индивида, опять явилась на свет изнутри машинно-природных сил в своем новом властном и изящном обличье — индустриального дизайна.

Потребовалось 200 лет (с середины XVIII до середины XX), чтобы крупная промышленность утвердилась в жизни человечества, и 50 лет (с 20-х до 70-х годов нашего столетия), чтобы она создала адекватные себе дизайнерские формы предметного воплощения, благодаря чему слова Маркса о предметном мире промышленности как раскрытой книге человеческой психологии воспринимаются сегодня как нечто само собой разумеющееся.

Современный дизайн сложился под влиянием новых форм товарно-вещного опосредования человеческих отно-

шений, новых способов социальной организации, внутри которой личность — субъект культурного творчества — в такой же степени застрахована от архаических покушений на ее свободу, в какой подчинена ее четко расчлененной структуре.

Обособившееся от непосредственно-го процесса производства промышленное проектирование стало тем каналом, через который дизайн со всеми уловленными им и пластически выраженными культурными значениями проник в предметный мир.

Само производство не стало вновь искусством или хотя бы полуискусством, каким оно, по словам Маркса, было на стадии ремесла. Но предметный мир технической цивилизации явил черты новой, невиданной красоты, заняв свое место в историческом ряду самобытных художественных культур, ибо, выявив в череде дизайнерских стилей собственный культурно-эстетический принцип машинной техники, дизайн вместе с тем восстановил и культурную преемственность современного предметного творчества со всем, что было создано прежде. Если при своем возникновении техника, казалось, навсегда отрывала человека от всего уже сотворенного, то теперь она стала таким послушным орудием в руках дизайнера, которое позволяет ему свободно возвращать, оживлять все когда-либо существовавшие художественные течения, направления, стили — либо в формах имитаций и стилизаций, либо — что достойнее — осуществляя свойственный нашему времени всеисторический культурный синтез. Разумеется, в условиях экологического кризиса, который переживает западное общество (да и остальной мир), эти заложенные в дизайне творческие возможности не могут быть реализованы в полной мере.

Не случайно, например, в лице своих леворадикальных представителей западный дизайн вознамерился «вырваться из плена» собственной культуры. Итальянский журнал «Касабелла» и группирующиеся вокруг него дизайнеры, члены образовавшегося в 1973 году во Флоренции объединения «Глобал Тулз» («Всемирные инструмен-

ты»), объявив войну институциональному дизайну, прямо заявляют, что они рассматривают эту борьбу как «часть более общего движения за освобождение человека от культуры».

Современный дизайн наделяет предметную среду культурными качествами, но именно это не устраивает «глобалистов», ибо это, по их мнению, подавляет творческие способности человека массы, делает невозможной спонтанную форму коммуникации. Что же остается? «Индивидуальная свобода» — то есть «свобода» самому делать для себя из подсобных материалов предметы собственного материального окружения!

Не говоря уже о том, что присущая дизайну способность организации потребления отнюдь не является ограничением свободы индивида, а, напротив, избавляет его сознание от забот о насущном (не так ли самую природу мы избавлены от необходимости сознательно дышать, сознательно переваривать пищу?), — можно ли рассматривать дизайн только с функционально-социологической точки зрения? Можно ли не видеть, что современный дизайн — феномен художественной культуры XX столетия, имеющий в своих лучших образцах непреходящее значение? Попробуйте мысленно устранить из нашего предметного окружения все, что привнес в него дизайн, и вы увидите, как мир эстетически оскудеет!

Любопытно, однако, другое, — а именно, что радикал-дизайнеры, подобно технократическим критикам дизайна (А.Печчеи из «Римского клуба»), осуществляя свой «отказ» от западной культуры, на деле действуют в русле ее традиции: апеллируя к ценностям восточной культуры, они через нее утверждают западный индивидуализм, создающий себя через пароксизмы самоотрицания.

III

Итак, дизайн в гораздо большей степени зависит от культуры общества, чем эта культура от него.

Относясь к ценностям, возникшим в тесной связи с научно-технической революцией, дизайн не подчиняет себе культуры региональные, националь-

ные, этнические, а располагается рядом или сочетается с ними, создавая иногда видимость полного поглощения последних, как, например, в Японии, где в 1973 году состоялся восьмой по счету конгресс Международного общества дизайна ИКСИД.

Неспешно разъезжая на желто-лимонных велосипедах по древним улицам Киото среди кристаллов полунебоскрегов и древоподобных пагод, обрамленных зеленью нетронутой природы, участники конгресса могли прочувствовать сказанное японским делегатом Тадео Умасао: «Подобно киту, который живет в воде и потому не может не походить на рыбу, модернизированная Япония по своему дизайну напоминает Запад, но ее «внутренняя структура» по-прежнему резко отлична от него».

Это ироническое уподобление поучительно. Безбоязненно переняв рожденные на Западе ценности — и среди них дизайн, — Япония стала не хуже, чем Запад, плавать в «мировом океане» научно-технического прогресса.

«Япония, — отмечал известный американский экономист Кеннет Болдинг, — является, может быть, наилучшим примером общества, в котором традиционная культура очень сильна и в котором она порождает принципы этических суждений и поведения, дружественные по отношению к суперкультуре (так Болдинг называет культуру, рожденную научно-технической революцией. — К.К.). Такое общество допускает, чтобы суперкультура развивалась высокими темпами. В большей или меньшей степени это относится ко всем успешно развивающимся странам...».

Обитая в среде, созданной научно-техническим прогрессом, любое общество должно принимать в себя формы, соответствующие этой среде.

И все же, если дизайн какой-либо страны с «незападными» культурными традициями порой принимает внешние формы, сходные с дизайном Запада, то из этого не следует делать вывод, что он тождествен западному.

Древняя история знала культуры, почти целиком запечатлевшие себя в камне, в предметных образах, не оставив по себе значительных словесных памятников, и культуры, которые, нап-

против, почти целиком запечатлели себя в слове.

И хотя время таких односложных культур миновало, все же и современные культуры займут различное положение на оси «словесное — вещное». Западная культура, богатая, разумеется, и словесным выражением своих ценностей, тем не менее окажется на вещной стороне оси, советская — ближе к противоположной. И хотя в советском дизайне нет эстетических черт былой традиционности, черты дизайн-стиля выступают в нем в качестве традиционных — в соответствии с общим строем культуры, почти не знавшей товарно-вещного опосредования человеческих отношений.

Это, конечно, не значит, что дизайн повседневных вещей для нас безразличен, что мы не способны усмотреть в нем образ времени и человека. Дело также не в том, будто дизайн индивидуального жилища и вещей повседневного обихода вообще не участвует у нас в процессе социальной консолидации.

И все-таки не потребление, не вещи, не дизайн, а государственная собственность обеспечивала единство советского общества. Она — решающий фактор.

Наша страна не знала ни в своей советской истории, ни даже в своей тысячелетней предыстории столь развитых форм частнособственнических, товарно-денежных отношений, какие были (и остаются) на Западе. Ее едва лишь задела идеология и практика вещиизма, на которых покоятся западный индивидуализм и индустриальный дизайн — эта превращенная (мнимобезличностная) форма проявления все того же индивидуализма. Все это предопределяет своеобразие советского дизайна: он утверждает себя не приоритетом в области формальной новизны; он идет на использование оправдавших себя дизайнерских образцов; он ищет устойчивых решений, неприязненно относится к вариативности и, наконец, развивает и утверждает в качестве самостоятельного «станковый» дизайн («художественное проектирование»), где самоцельным является макетно-пластическое и «планшетно-живописное» воплощение проектных идей. Однако именно у нас возникла программная установка на дизайн не

отдельного предмета, а целостной среды, — возникла не из обобщения практики дизайна, но из тех же культурных предпосылок, из которых возник и сам практический дизайн — как теоретическая проекция идеала культуры на предметную среду.

Двадцать, десять лет тому назад идея дизайна целостной среды могла на Западе показаться проектной апологией умеренности — если не бедности; сегодня Запад готов ухватиться за нее как за одно из условий спасения от грозящей экологической катастрофы. Идея, которая у нас явилась сама собой, западным дизайном была выставлена печальным опытом участия в безоглядной гонке потребительства. Речь идет, как разъясняет Томас Мальдонадо, об экологически обоснованном дизайне всей предметной среды, как такой целостности, в которой отдельные вещи утрачивают самодовлеющее значение: «Новый дизайн среды, — пишет он, — в отличие от старого тотального дизайна, стремится освободиться от столь утвердившегося мнения о том, что вещи и только они могут действовать как агенты порядка и единства человеческого окружения, что вещи и только они способны изменить мир».

Но ведь именно это и было изначальной программой советского дизайна.

Можно ожидать, что в ближайшие годы идея проектирования целостной предметной среды (надежно обеспечивающей оптимальный уровень удовлетворения материальных потребностей и одновременно освобождающей человека для непосредственного духовного общения и развития) привлечет к себе внимание международной общественности как реальная проектная альтернатива экологическому кризису.

Впрочем, для Запада вероятен и другой вариант развития.

Западный дизайн вовлечен в полную случайностей и риска непрекращающуюся игру культуры и природы, где попеременно выигрывает то одна, то другая сторона.

И не исключено поэтому, что на Западе не какой-то специальный «дизайн среды», а тот самый, живой и грешный, который разделяет сегодня со всей западной культурой вину за

экологический кризис, станет «бизнесом выживания», как назвал его Дж. Нельсон, ибо, по словам последнего, «рынок сегодня внезапно оказался заинтересованным, как никогда прежде, в качестве среды и в конечном счете в качестве самой жизни», а это как раз то, о чем профессионально заботится дизайнер.

Что же касается советского дизайна, то он, я полагаю, пойдет своей дорогой, продолжая осваивать и по-своему перерабатывать опыт мирового дизайна, согласно своей культурной и социальной ориентации.

Благодаря появлению художественного конструирования, в нашей стране в последнее десятилетие (статья написана в 1975 году) произошло самоопределение прикладного искусства как самостоятельной, не связанной с массовым производством, сферы художественного творчества. Вместе с тем советское прикладное искусство, в отличие, например, от американского, не порвало совершенно с бытом, не стало полем формального экспериментаторства. Покуда наш дизайн конституировался, не доходя в своих текущих организационных и технических заботах до культурных подоснов собственной деятельности, в прикладном искусстве складывался художественный прообраз советского быта, основанный на бережном отношении к национальной традиции.

И будущее нашего дизайна будет зависеть от того, сумеет ли он синтезировать в себе художественное проектирование и прикладное искусство, ибо только тогда формирование предметной среды художником будет совершаться в полном соответствии с национальными культурными традициями.

А тем временем будет идти теоретическая разработка «дизайна среды» (к которому мы обращаемся не для того, чтобы заменить им традиционный дизайн, а для того, чтобы, напротив, еще более утвердить культуросообразность предметного окружения). А художественное проектирование явится при этом лабораторией для решения как первой, так и второй задачи.

(текст выступления для конгресса ИКСИД в 1975 г.)

ДИЗАЙН В ЛЕГЕНДАХ

Очерки по теории и практике дизайна на Западе

Дизайн в моде, о нем написано много и напишут еще больше. Вполне понятно, на глазах одного поколения возникла и утвердилась новая профессиональная деятельность, которую нужно как-то осмыслить. Сначала писали о терминах, о том, что английское «design» — производное от итальянского «disegno», а означает не только чертеж или рисунок, но и сложные вещи — едва ли не всю область работы художника, за исключением станкового искусства. Потом писали о предметах, сделанных с участием дизайнеров, о том, какие это красивые и удобные вещи. Потом о самих дизайнерах — что они делают, как получается дизайнерское решение и чем оно отличается от обычного инженерного. Писали уже о многом, но по отдельности — оказалось, что все эти отдельные фрагменты знаний вовсе не просто соединить в единое целое, для этого нужны особые средства.

Дизайн — явление импортное (если не считать ВХУТЕМАСа), поэтому есте-

ственным является убеждение, что уж о западном дизайне известно все, и нужно только хорошо узнать, что о нем написано. Но это оказалось гораздо сложнее, чем предполагали авторы первых статей о западном дизайне. Хотя западная литература по дизайну насчитывает более полувека развития, о единой точке зрения в ней не может быть и речи. Дело в том, что достаточно часто «дизайн» означает собственно деятельность художников в промышленности, значительно чаще — продукт этой деятельности (вещь или система вещей), а иногда — область организации деятельности, взятую как целое. В некоторых случаях «дизайн» трактуется предельно расширительно и далеко выходит за рамки обозначения деятельности художника по решению задач промышленного производства.

При множестве частных определений дизайна, выработанных в западной литературе, наибольшей четкостью отли-

чается определение, принятое в 1964 году международным семинаром по дизайнерскому образованию в Брюгге: «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».

Этим определением утверждается наличие особой творческой деятельности, отличающейся от традиционных и более или менее изученных: искусства, инженерии, науки. Вопрос о цели деятельности лишен смысла. Цели, причем различные, могут ставить люди, осуществляющие эту деятельность, поэтому в формулировке семинара указан фактически продукт дизайна — формальные качества промышленных изделий в весьма расширительной трактовке «формального». Описываемую таким образом (это вовсе не значит, что описание верно) деятельность осуществляет дизайнер или художник-конструктор. Любопытно, что это определение принято не просто дизайнерами-практиками, а методистами, педагогами, которые должны знать о дизайне больше других, но сопоставить это определение с действительной практикой дизайна не так-то просто. Несложно убедиться, что считать продуктом дизайна только вещи, промышленные изделия нет достаточных оснований. Разнообразие продуктов, приписываемых дизайну, колеблется в зависимости от конкретного источника информации. Большинство дизайнеров относят к дизайну не только промышленные и общественные интерьеры (которые никак не отнесешь к промышленным изделиям), но и выставочную экспозицию, промыш-



ленную графику и даже новые системы организации производства, обслуживания, рекламы. Больше того, целый ряд дизайнеров и дизайнерских организаций вообще не выполняет проектов промышленных изделий, но это не может быть принято как основание отказать им в праве представлять в системе разделения труда новую профессию.

Попытка выделить какой-то суммарный продукт дизайна наталкивается на значительные трудности.

Специальные национальные и международные выставки дизайна — это уже отобранные согласно не всегда ясно выраженной установке различные вещи.

Еще больший отбор предваряет публикацию образцов дизайна специальными журналами. Достаточно сопоставить журналы «Industrial Design», «Domus», «Ulm», чтобы убедиться в том, что три основных источника текущей информации о деятельности художников-конструкторов показывают три «дизайна». Каждый из них конструирует свой «дизайн» из множества продуктов работы художника в области промышленного производства и услуг в соответствии с программной установкой. «Ulm» и «Domus» по крайней мере свою принципиальную установку на «дизайны» формулируют явно и открыто; все остальные журналы либо ее не имеют, либо не считают нужным объявлять.

На основании печатных публикаций и выставочной экспозиции мы не имеем возможности увидеть действительное значение дизайна в экономической жизни современного Запада. Специальные журналы, естественно, эту роль преувеличивают, а экспонаты выставок существенно превосходят по техническим и эстетическим качествам средний уровень промышленной продукции.

В соответствии с принципами историзма, для того чтобы понять какое-то явление в настоящем, необходимо проследить его историю. Это так, но дело в том, что порой история пишется и в зависимости от того, как понимается явление в настоящем. Но все же соблазн настолько велик, что историю обычно пишут раньше, чем находят

для нее логические основания, при этом историческое исследование строится на негласном допущении, что связь между фактами устанавливается как бы сама, естественным путем. Эта судьба не миновала и западного дизайна. В нашу задачу не входит историческое описание становления дизайна и его отношения к «историям дизайна», которые уже были написаны. Дизайн во многом остается явлением легендарным, и легенды представляют для нас существенный интерес. Всякая попытка определить время возникновения дизайна является скрытым определением. Уже само утверждение, что дизайн начинается с работ Морриса, или с деятельности германского Веркбунда, или с работы американских художников в период великого кризиса 1929 года, подразумевает совершенно определенное представление о том специфическом «дизайне», история которого строится на «фактическом материале».

Хотя частных историй-определений дизайна можно сопоставить не меньше десятка, мы остановимся лишь на трех наиболее популярных описаниях рождения дизайна, тем более, что остальные являются промежуточными по отношению к этим основным.

В первом случае (при расширительной трактовке дизайна) утверждается, что дизайн — явление, имеющее длительную историю, измеряемую тысячелетиями, а «современный дизайн» — это не более чем количественный скачок. Он выражается в резком увеличении количества вещей, в создании которых участвует художник, и соответственно в самоопределении дизайна как самостоятельной деятельности за счет его выделения из искусства и инженерии. Сущность деятельности дизайнера при этом существенно не меняется.

Началом истории дизайна считается 1907 год, когда художник, архитектор, дизайнер Петер Беренс начал работу в компании «Allgemeine Elektrizität Gesellschaft». При такой постановке вопроса предыдущие десятилетия (Рескин, Моррис) являются всего лишь только временем теоретической подготовки будущего практического дизайна.

Наконец, началом дизайна считают годы кризиса 1929 года, когда Раймонд Лоуи, Уолтер Дорвин Тииг, Генри Дрейфус и ряд других художников начали работу в американской промышленности и на американских промышленников, испытывающих трудности со сбытом продукции.

Если строго придерживаться фактографических описаний и не прибегать к помощи спекулятивных построений (таковы, по крайней мере, намерения авторов западных публикаций), то несложно убедиться, что нет реальных оснований предпочесть ту или иную точку зрения. Продукту дизайна — независимо от его истории — принято приписывать определенные качества: функциональность (обычно в технически-эксплуатационном смысле), конструктивность, экономичность и эстетическую выразительность.

По этим признакам можно с полным основанием отнести к дизайну работу художников, дававших массовому производству образцы мебели или посуды. Такая работа относится сейчас к дизайну, выполняется с участием профессионального дизайнера, и точно эта же работа велась в крупных мануфактурах императорского Рима. Точно такой же была работа художников мебели в XVIII и XIX веках. Ни один из формальных критериев отнесения вещи к продукту дизайна не является препятствием для того, чтобы отнести мебель стиля «жакоб» или «гомбс» к дизайну высшего класса. Эта мебель функциональна, конструктивна, полностью соответствовала современным критериям эстетической оценки вещи и была экономичной относительно других современных ей образцов. Несомненно, что представления о функциональности, экономичности и красоте изменились, но это не основание для оценки — они продолжают непрерывно изменяться.

Если для отнесения тех или иных продуктов к дизайну пользоваться перечисленными выше формальными критериями, то к дизайну с полным правом можно причислить кораблестроительное искусство, насчитывающее тысячи лет развития. Пусть художник, принимавший участие в создании корабля, назывался по-другому, но делал-то он то же самое — достаточно

прочитать описание постройки судна хотя бы в исландских сагах. С тем же основанием можно отнести к дизайну создание транспортных средств — почтовый дилижанс конца XVIII или пролетка конца XIX века производились серийно, бесспорно являются образцами функциональности, конструктивности и соответствия эстетическим требованиям времени. Анализ самих вещей ни в коей мере не может доказать или опровергнуть тезис извечности дизайна, из его системы выпадает, таким образом, только серийная машинная продукция конца прошлого — начала нашего века. Но при утверждении извечности дизайна делается скрытое допущение, что дизайн — это лишь специфические признаки вещей, созданные методами и средствами деятельности художника, хотя немало теоретиков дизайна на Западе считает, что эту задачу вполне решал и решает эрудированный инженер. Это «дизайн вообще», выступающий однородно безотносительно к социально-историческому контексту, решающий свои внутренние задачи и оценивающий свои продукты по собственным критериям. Идея внеисторического дизайна вообще предшествовала первым стадиям организации современного дизайна и уже в силу этого является чрезвычайно стойкой. Сам факт утверждения извечности дизайна отбрасывает как несущественные организационные формы работы специалиста, называемого дизайнером. Эти организационные формы не заслужили, соответственно, даже упоминания в большинстве публикаций, посвященных дизайну. Зато, нужно отметить сразу, извечность приобщает дизайн к долгой истории материальной культуры, делает дизайнера наследником работ многих поколений художников.

Не меньшие и не большие основания имеются для непосредственной оценки второй позиции, просто к выделенным ранее признакам дизайна добавляются еще некоторые. Действительно, именно деятельность Петера Беренса в компании АЭГ в сотрудничестве с руководителем компании Вальтером Ратенау (достаточно известным как политик и литератор) может служить прообразом современной системы отношений меж-

ду дизайнерами и администрацией в передовых современных промышленных компаниях: «Оливетти», «Браун» или «Интернешенал Бюро Машин». Более того, именно в 10-е годы под руководством Беренса делалась первая попытка создания фирменного стиля компании: архитектура производственных зданий и торговых представительств фирмы, обработка промышленной продукции, реклама, графика торговой документации — все это, взятое вместе, создавало ярко выраженное лицо фирмы в ряду других промышленных компаний. Правда, в пользу первой позиции говорит то, что известная достаточно широко деятельность Джошуа Веджвуда (Англия XVIII века) по комплексной реорганизации крупносерийного производства фарфора с участием большой группы художников во многом аналогична работе Ратенау — Беренса с естественной поправкой на специфику товарного рынка.

И в этом случае утверждение о начале дизайна в 10-е годы нашего века является скрытым определением дизайна, поскольку оно вводит в качестве атрибута дизайна его прямую связь с монополистическим капитализмом. Уже на фирме АЭГ деятельность группы художников под руководством Беренса являлась в первую очередь средством завоевания монополии и уже во вторую — самоценной художественно-проектной деятельностью. Здесь уже вводится определение дизайна как средства организации капиталистического производства, хотя ни в одном из современных трудов в области теории дизайна это определение не содержится в чистом виде.

Наконец, несложно найти фактографическое подтверждение правильности третьей (западной) точки зрения на возникновение дизайна, когда его относят к периоду всемирного кризиса 1929 года, и он описывается как прежде всего американский феномен. Действительно, вплоть до кризиса 1929 года европейский дизайн оставался чисто локальным явлением, не оказывая заметного влияния на промышленное производство. Наиболее заметным был европейский «академический» дизайн Баухауза. Баухауз — значительное культурное явление. Эта школа подготовила де-

сятки потенциальных дизайнеров высокого класса, ее эмигрировавшие в США преподаватели оказали на развитие дизайна огромное влияние, но непосредственное влияние Баухауза на общую товарную продукцию современной ему Европы (Баухауз был закрыт нацистами в 1933 году) исчезающе мало.

В самом деле, только с началом кризиса 1929 года американский дизайн становится реальной коммерческой силой, приобретая постепенно в полном смысле слова массовый характер, возникает профессиональная «индустрия дизайна». И именно этот дизайн был фактически импортирован Европой после Второй мировой войны. Таким образом, две важнейшие характеристики дизайна в общем современном представлении — массовый (в современном значении) характер и реальная коммерческая значимость, — действительно проявляются впервые в Соединенных Штатах Америки эпохи великого кризиса.

И эта позиция вводит практически особое определение дизайна. Это уже не «дизайн вообще», это всегда и только коммерческий дизайн, являющийся прежде всего средством увеличения спроса на промышленную продукцию, средством завоевания потребителя. При этом конкретные способы реализации этих задач имеют уже минимальное значение, и дизайн в наименьшей степени остается художественной деятельностью.

На уровне непосредственного восприятия зафиксированной практики дизайна невозможно, не выходя за рамки самого дизайна, определить истинность или ложность одного из этих определений дизайна — определений истории дизайна. Естественно, возникает принципиальный вопрос: один и тот же дизайн как действительный феномен обладает одной из трех «историй» или речь идет о разных дизайнах? В дальнейшем попробуем ответить на этот вопрос, имеющий первостепенное значение.

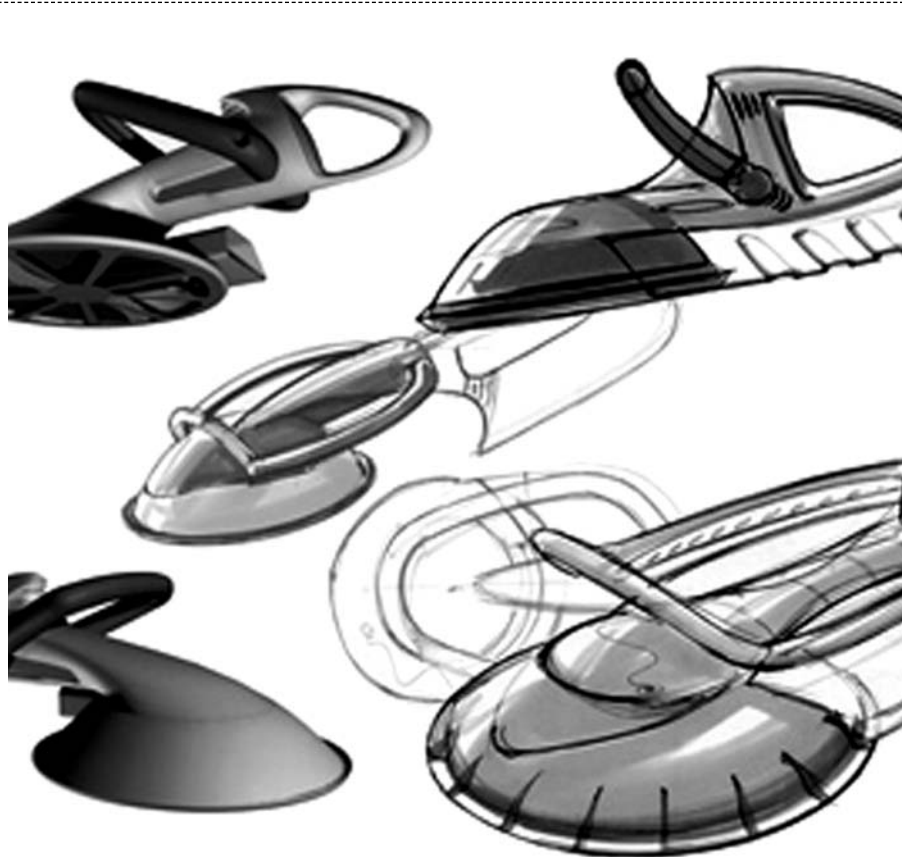
С первых работ художников в области современного массового промышленного производства сложился определенный стереотип дизайна, который при всей своей противоречивости обладает популярностью в среде про-

фессиональных дизайнеров и внутри готовящих дизайнеров высших учебных заведений. Именно этот стереотип в течение ряда десятилетий внедряется в сознание промышленной администрации и научных кругов через работы практиков и теоретиков, пытающихся пропагандировать, популяризовать дизайн и информировать о работе дизайнеров.

Что же складывается в этот стереотип? Профессиональный дизайнер должен решить множество специальных задач и одновременно выступать в роли координатора усилий различных специалистов в создании промышленного изделия. В идеальном варианте этот дизайнер приступает к работе над проектом будущего изделия или проектом варианта существующего изделия с момента включения его в планы перспективной продукции. Дизайнер должен стремиться к тому, чтобы продукт массового потребления или специального потребления (например, электронно-счетное устройство) был максимальным образом приспособлен к нуждам потребителя. Это приспособление включает обеспечение максимальной безопасности пользования изделием, эксплуатационные удобства и общее повышение комфортности, расширение ассортимента однородной продукции для удовлетворения нюансных различий в использовании.

Одновременно идеальный дизайнер должен обеспечить высокие эстетические качества промышленной продукции в соответствии с актуальными представлениями массового потребителя о красивом. Крупнейший критик дизайна изнутри (есть еще и гуманитарная критика извне) Томас Мальдонадо язвительно замечает по этому поводу: «Наше общество не довольствуется тем, что делает из каждого произведения искусства товар, оно хочет большего. Оно хочет, чтобы каждый товар был произведением искусства».

Это ставит перед идеальным дизайнером нелегкую проблему поиска компромисса между своими эстетическими представлениями художника и эстетическими представлениями массового потребителя, колебаниями его вкуса, модой.



Идеальный дизайнер должен строить решение зрительно воспринимаемой формы изделия в соответствии с его назначением, материалом и конструкцией, отказываясь от накладного декораторства.

Он должен стремиться к максимальной экономичности решения, снижению стоимости его производства за счет применения наиболее выгодных в конкретном случае материалов и упрощения технологии.

В то же время идеальный дизайнер должен обеспечить максимальную прибыльность для промышленной компании, производящей продукт, в создании которого он принимает участие.

Мы перечислили требования к идеальному дизайнеру в том порядке, как их перечисляет абсолютное большинство авторов статей и монографий по западному дизайну. Даже в этой идеализованной картине количество разнородных требований настолько велико, что всеми авторами в качестве основного метода работы дизайнера предписывается балансирование между противоречивыми задачами с целью достижения оптимального компромисса. Подобное определение задач дизайнера сложи-

лось в начале нашего века и сохраняет свою роль профессионального кодекса и в настоящее время. Правда, не совсем понятно, каким образом даже идеальный художник-проектировщик может следить за соблюдением всех этих условий и почему именно художник должен выполнять их в полном объеме, но кодекс тем не менее существует. Однако не требуется сложного анализа, чтобы увидеть все большее расхождение набора перечисленных требований с реальными задачами, с которыми имеет дело профессиональный дизайнер в повседневной практике.

Мы уже упомянули, приводя определение дизайна, сформулированное на семинаре в Брюгге, что проектирование промышленных изделий давно уже является не единственной, а часто и не основной задачей дизайнера. Уже поэтому перечисленные выше требования во многом теряют смысл. Ведь объектом работы дизайнера становятся все более разнообразные предметно-пространственные системы. Фирменный стиль — совокупность визуально воспринимаемых признаков, вызывающих у потребителя устойчивый стереотип конкретной промышленной или торговой

компании, — уже никак не может быть отнесен к числу продуктов массового производства. Здесь нет задачи координации, и дизайнер выступает в качестве основного или единственного эксперта по созданию фирменного стиля. Профессиональный дизайнер проектирует промышленные интерьеры и офисы, экспозиции выставок и специальные услуги. Ко всем этим объектам его работы не приложимы в чистом виде перечисленные выше требования. Невозможно говорить о конструктивности фирменного стиля или экономичности экспозиции. Ни одна компания не может себе позволить экспериментальное сопоставление вариантов фирменного стиля. Эта задача решается однозначно, а влияние экспозиции или рекламы на мышление потребителей так трудно зафиксировать, что измеряемый спросом на продукцию конечный эффект ее воздействия не отделим от воздействия иных факторов.

За последние два десятилетия практика дизайна необычайно осложнилась, и провести границу между дизайном и другими областями профессиональной деятельности художника вне искусства в его станковом варианте становится все сложнее. Проектирование принципиально новых промышленных изделий; косметические изменения во внешнем облике промышленной

продукции без серьезного изменения ее технических характеристик; создание фирменного стиля, охватывающего все сферы деятельности современной корпорации; решение экспозиций — все это сегодня называется дизайном и выполняется профессиональными дизайнерами. Проект организации обучения по телевидению, проект комплексного процесса переработки мясных продуктов, программа урбанизации для развивающихся стран Африки, наконец, художественная обработка кандидатов на выборах — все это в наши дни на Западе называется дизайном или нон-дизайном и выполняется профессиональными дизайнерами. Фактически, сейчас невозможно найти область социальной практики развитых капиталистических стран, в которой не принимали бы весьма деятельное участие профессиональные художники-проектировщики, дизайнеры.

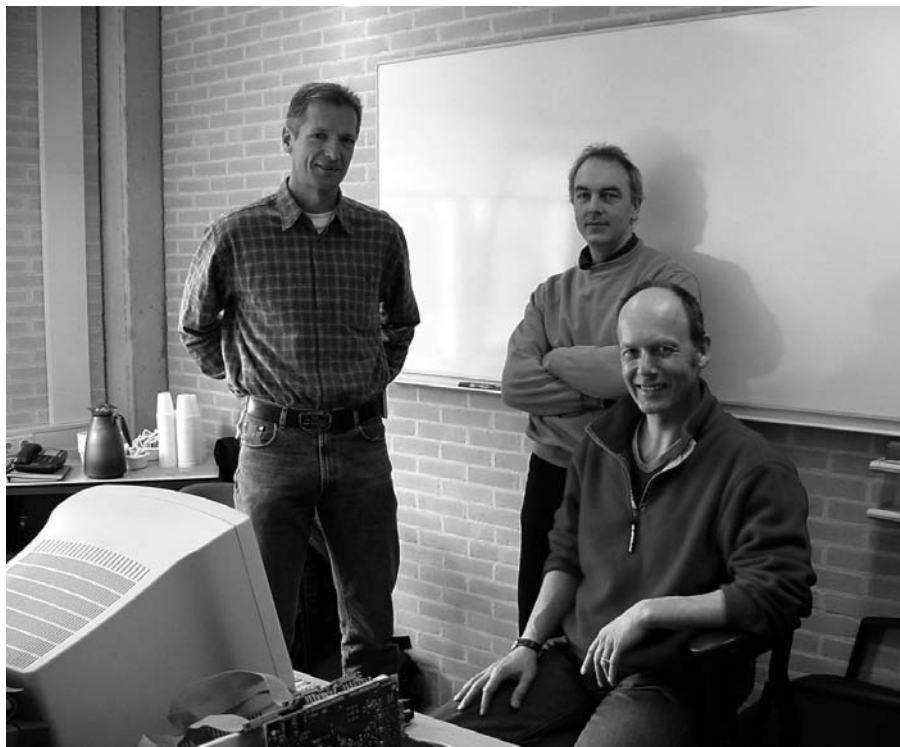
В нашу задачу не входит изложение тех профессиональных методов и средств, используя которые дизайнер оказывается в состоянии решать все эти столь разнообразные задачи, за исключением тех случаев, когда это будет необходимо, когда без этого нельзя будет обойтись для ответа на основной вопрос книги — что такое современный западный дизайн как область деятельности художников в социальной систе-

ме. Здесь нам достаточно констатировать, что каковы бы ни были эти средства, они оказываются достаточно эффективными.

Дизайнер, даже если это так называемый «дизайнер-менеджер», — организатор и координатор дизайнерских работ, обязательно является художником, но за исключением Герберта Рида, одного из первых теоретиков дизайна, дизайн никем не отождествляется с искусством, выделяясь в самостоятельную область деятельности. Все эти особенности профессии привели к тому, что одновременно с действительной практикой возникла автономная от этой практики мифология дизайна, составляющая основное содержание всей известной нам западной литературы, рассматривающей ту или иную сторону проблематики дизайна. Мифологии дизайна во многом способствовало то обстоятельство, что успех первых проектных операций зарождающегося в США коммерческого дизайна создал вокруг него ореол магического средства, а это несомненно существенно укрепило позиции новой профессии.

Попытки выяснить действительную природу дизайна через литературу о нем наталкиваются на значительные затруднения. Авторы книг о дизайне как области практической (чаще всего практикующие дизайнеры) довольно подробно рассматривают условия функционирования дизайна через условия работы и задачи дизайнера, но, как правило, ничего не сообщают о содержании деятельности дизайнера, другие, описывая содержание, полностью игнорируют реальные условия практики дизайна, в лучшем случае прямо пересказывая первых.

За последние полвека практика дизайна претерпела множество изменений: работа индивидуальных художников в большинстве случаев сменилась работой целых коллективов или отделов дизайна в системе фирмы, или независимых дизайн-фирм. В то же время, как ни странно, постановка теоретических вопросов за эти полстолетия не принесла ничего существенно нового. Практика перестроилась полностью — в дизайнерских отделах и фирмах возникают новые виды работы художника, происходит разделение труда внутри



проектирования; неудивительно: персонал отдельных дизайн-фирм превышает сотню человек, а штат крупнейшего в мире отдела дизайна в компании «Дженерал моторс» превышает тысячу различных специалистов. В то же время одна из последних теоретических работ в области дизайна — книга профессора Королевского колледжа искусств в Лондоне Дэвида Пая под названием «Природа дизайна», как и предыдущие работы, описывающие «дизайн вообще», — даже не упоминает об этом. Аннотация к этой книге очень характерна: «В своей книге профессор Пай задает вопрос, чем является дизайн; что означает функция в научной постановке вопроса; не играет ли экономика более существенную роль, чем технические или физические свойства; и есть ли какие-нибудь ограничения в технике; может ли быть любой дизайн даже в теории «чисто функциональным», чисто утилитарным, ничего не оставляя свободному выбору, искусству. Он исследует эти вопросы детально, без профессионального жаргона, в поисках базисной теории дизайна, который ее еще лишен».

Для того чтобы убедиться, что «природа дизайна», описанная таким образом, по крайней мере не исчерпывает действительного содержания дизайнерской деятельности, достаточно сравнить эту аннотацию с несколькими объявлениями в журнале «Industrial Design».

«Первоклассные, квалифицированные и опытные дизайнеры ищут заказы! Мы создаем концепции, которые ПРОДАЮТ! От отдельных предметов до полного фирменного стиля!»

«Мыслящий дизайнер может анализировать потребности, формулировать и представлять программы и творческие решения и проводить их промышленную реализацию. Ищет разнообразные проблемы в производстве или дизайн-бюро. Шесть лет опыта...».

«Бостонское консультативное бюро ищет опытного дизайнера, имеющего опыт в создании разнообразной продукции — нести ответственность за комплексное решение проекта, включая связи с клиентами».

Десятки подобных объявлений спроса и предложения образуют резко отличающуюся от благополучного образа

«дизайна вообще» картину действительных проблем новой профессии. Связь между этими действительными проблемами и «дизайном вообще» оказывается очень сложной, далекой от непосредственной.

Сложность заключается в том, что дизайн находится в непрерывном движении, как всякая деятельность, находящаяся в процессе становления. Эта деятельность меняет фронт задач, меняет определение своего продукта, меняет организационные формы. Естественно поэтому, что всякое описание значительно отстает от изменений действительности. Единственным выходом в подобной ситуации является многослойный анализ деятельности во всех ее проявлениях — без этого анализа у исследователя просто нет средств для того, чтобы понять, с каким явлением он все-таки имеет дело. Мы постараемся понять в дальнейшем, что сделано в этом отношении в западных концепциях дизайна, здесь нам важно лишь очертить всю сложность проблематики профессиональной деятельности художников-проектировщиков. Согласно традиционным представлениям такая деятельность существовать не может, но раз она все же существует, значит, представления нужно довольно радикально переосмысливать.

Какие бы то ни было статистические исследования фактографического материала дизайна оказываются очень трудными и, главное, малоэффективными. В самом деле, количество дизайн-фирм подвержено непрерывным колебаниям. Возникают новые, ликвидируются фирмы, возникшие два-три года назад, и только несколько десятков фирм, ядро которых сложилось еще в 30-е годы, успешно разворачивают свою деятельность, приспосабливаясь к меняющимся условиям с завидной гибкостью. Количество дизайнерских отделов промышленных предприятий в последние годы постоянно возрастает, но зато эти отделы непрерывно реорганизуются, меняя фронт задач, вступая и сложные отношения с независимыми дизайн-фирмами. Двигаясь в материале практики самого дизайна, взятой изолированно от связей с другими элементами социального целого, мы непрерывно наталкиваемся на «проти-

воречащие» друг другу факты. «Противоречащие» взято в кавычки, потому что в уровне непосредственного рассмотрения практики дизайна чрезвычайно сложно установить — в одной и той же плоскости лежат внешне противоречивые явления или в разных. Так, в оценке роли и места дизайнера в иерархии управления капиталистического предприятия можно легко выделить совершенно различные позиции: в одних случаях эта роль расценивается очень высоко, в других — он выступает лишь как рядовой служащий фирмы.

Вот одно из объявлений в том же журнале: «Иногда и дизайнеры приходят в замешательство (перед сложностью проблемы. — В. Г.). Когда это случается, обратитесь в «Алюминий компании оф Америка». Опытные, дизайнеры АЛКОА могут перевести ваши идеи в рабочие решения. И разрешить ваши проблемы одним четким ударом».

В то же время ряд промышленных фирм и дизайнеров, обслуживающих эти фирмы (это уже несколько неожиданно), стремятся изобразить функцию дизайнера в наиболее прозаических тонах, намеренно снимая ореол легендарности вокруг новой профессии.

«Нельзя допустить, чтобы наш комплекс неполноценности (речь идет о высшей промышленной администрации. — В. Г.) привел к тому, чтобы он (дизайнер) придавал слишком уж большое значение своей функции». Это отрывок из речи на Лондонском конгрессе дизайнеров.

«Мы еще не избавились от культа великих дизайнеров» — отрывок из другой речи. Одновременно крупнейшие дизайнеры-консультанты, руководящие известными дизайн-фирмами, стремятся сформулировать сумму задач дизайнера в категории «философии управления», претендуя на то, что дизайн может монополизировать право на ключевые решения в перспективных программах производственной и непроизводственной деятельности промышленной или государственной администрации. Опять-таки непонятно, об одном и том же или разных «дизайнах» идет здесь спор.

Общую картину дизайна еще более осложняет то обстоятельство, что дизайн (какой бы вид дизайна ни скры-

вался за этим понятием) фигурирует не только в сфере товарного рынка и товарного потребления, но и в сфере культуры. Продукты дизайна обладают известной автономностью от деятельности художника-дизайнера, вызвавшей их появление, поэтому появляется возможность рассматривать их в «чистом виде» и проводить особый, искусствоведческий анализ продуктов дизайна. Один и тот же продукт, одна и та же вещь при этом могут выступать в различных ролях, выполнять разные общественно-культурные функции. Так, промышленные продукты оказываются в одном ряду с произведениями искусства в экспозиции Музея современного искусства в Нью-Йорке или в экспозиции «Человек-творец» Монреальской ЭКСПО-67. Здесь уже эти продукты выступают не как товары и не как утилитарно-полезные предметы, а как культурные ценности, к которым приложимы все средства оценки их эстетического восприятия. В результате специального искусствоведческого анализа появилась возможность выделять, а вернее, создать особый уровень рассмотрения проблематики дизайна. В этом уровне происходит фактическое отождествление продуктов дизайна и продуктов современного изобразительного искусства. Это отождествление произвольно, потому что оно не выводится из определенной социальной концепции дизайна и искусства, а следует из «очевидного» совмещения двух видов деятельности на том основании, что и ту и другую осуществляет художник. Зато это отождествление позволяет приложить к дизайну аппарат сравнительной оценки произведений искусства, выработанный профессиональным искусствоведением и попробовать определить неизвестное через известное.

Для того чтобы продукт дизайна мог рассматриваться по ценностным критериям произведения искусства, необходимо в результате формально-стилистического анализа раздвинуть ценностный ряд (создаваемый в системе искусствоведения), в котором произведения искусства располагаются в своеобразной иерархии; внести в этот ряд продукты дизайна и создать новый, расширенный ряд.

Такая операция достаточно соблазнительна и уже в значительной степени завершена. В результате ее проведения удастся провести определенную формальную систематизацию продуктов дизайна. В результате возникло представление о «стилях», которые последовательно проходит дизайн в своем поступательном движении. Джексон насчитывал шесть таких «стилей», другие авторы насчитывают больше или меньше. Количество вычленяемых «стилей» в данном случае не имеет значения. Важно, что по видимости классификация такого рода выступает как результат обобщения практики дизайна. В действительности, это совершенно особенное обобщение, которое существует исключительно в срезе художественной культуры, это особая система оценки продуктов дизайна, в целом не совпадающая с системой оценки этих продуктов в сфере массового потребления. Особый уровень рассмотрения при заданной системе классификации, если есть еще информация о времени, и источнике происхождения того или иного (стиля), позволяет строить определенные предположения о тенденции развития, фиксировать пути заимствования и регистрировать изменения. Однако при этом способе рассмотрения дизайн выступает как изолированный феномен, обладающий внутренними скрытыми закономерностями, его изучение сводится к каталогизации.

Несовпадение искусствоведческого уровня оценки, при котором каждый частный образец соотносится с определенными ценностными идеалами, с коммерческим или профессиональным уровнем оценки, можно легко показать на примере других рекламных объявлений. На этот раз это реклама из уважаемого журнала для интеллигенции и снобов «National Geographic».

«Зенит» — телевизор с цветным изображением высшего класса. Дополнительная забота видна и в элегантности тщательной обработки корпуса — как в этой модели «Марсель 9345» с Настоящим Французским Провинциальным Стайлингом».

«Часы Риджуэй — мы вам покажем множество размеров и стилей на выбор».

Нам придется специально останавливаться на том, что продукты дизайна,

оцениваемые в срезе элитарной художественной культуры, одновременно — и это имеет гораздо большее значение для развития дизайна — выступают в уровне массовой культуры и в значительной степени (особенно в американском дизайне) зависят от стандартов этой массовой культуры с ее вещным и зрелищным характером. Овеществленный характер современной западной цивилизации, технологической и вместе с тем потребительской, приводит к тому, что коммерческие дизайнеры (хотя слово «коммерческие» излишне, потому что другого дизайнерского проектирования, кроме части студенческих работ, обнаружить не удастся) формулируют задачи проектирования в категориях жизни вещей. В отличие от искусствоведов в дизайне эти проектировщики мало заботятся о проблемах выдержанности «стиля».

«Машина должна выглядеть воодушевленной, молодой и красивой» — так описывает задачу на проектирование «Мустанга» руководитель службы дизайна компании «Форд» Жан Бординат. — Это должна быть не спортивная машина, а «спортивно выглядящая» машина. Художник Бординат формулирует предельно краткую оценку «хорошего» продукта, не имеющего связи с требованиями к идеальному дизайнеру, которые мы перечислили раньше. «Хороший» автомобиль (Бординат сознательно ставит кавычки) — это автомобиль, который может быть изготовлен, собран и продан в большом количестве».

Поиск формы «жизни» продукта как основную задачу дизайнера формулирует представитель службы дизайна компании «Лорьер»: «Искать образ магазина, характер магазина, индивидуальность магазина — мистические ингредиенты, которые приводят к тому, что покупатели предпочитают один супермаркет другому».

В то же время отнюдь не представитель искусствоведческого направления критики дизайна, а руководитель одной из наиболее активных фирм коммерческого дизайна Эллиот Нойес вводит неожиданное определение дизайна: «Дизайн — это средство, пользуясь которым можно воспринять самого себя, и одновременно это средство, пользу-

ясь которым, можно выразить себя для других».

Начальник проектного отдела той же фирмы Бевилакуа несколько расширяет эту загадочную фразу: «То, что представляется нам здесь очень важным, то, чем мы стремимся жить и работать, это представление о дизайнере как профессионале, работающем по профессиональным стандартам, а не создающим просто обслуживающую организацию для промышленности». Здесь происходит утверждение общезначимости, самоценности дизайна как профессиональной деятельности художника, а не как службы, но насколько соответствует это утверждение действительному характеру деятельности фирмы?

Представитель другой известной фирмы коммерческого дизайна Мартин-Марона утверждает в своей филиппике против некоторых дизайнеров: «Слишком много дизайнеров уклоняется от ответственности в современном нам обществе... Попросту не хватает честных дизайнеров. Честность, объективность и долг должны быть равноценны профессионализму. Слишком много существует так называемых профессионалов, которые хотят приспособить свои идеалы, свою этику к прихотям клиента». При всей разнородности приведенных выше высказываний практиков дизайна их самих объединяет один общий признак: безотносительно к направленности формулировок все перечисленные выше специалисты составляют высокооплачиваемую и преуспевающую элиту профессионального дизайна. Естественно возникает предположение, что характер высказываний не имеет существенного отношения к характеру и методу выполняемой работы, создавая реноме «независимого» дизайнера.

Уже краткая интерпретация фактографии дизайна позволяет увидеть всю сложность и противоречивость его актуальной проблематики; очевидно, что мы имеем дело с многослойным явлением, анализ которого представляет достаточно трудную задачу.

Несомненно, что отсутствие цельного анализа дизайна как деятельности во всех ее компонентах (включая методы и средства собственно дизайнерского

проектирования, продукт деятельности, людей, эту деятельность осуществляющих, и способы организации деятельности) приводит к тому, что дизайн в значительной степени остается явлением мифическим. Нашей задачей является очищение действительного содержания дизайна от внешних наслоений и одновременно попытка выяснить, чем является и какую роль выполняет специальная теория дизайна, создающая свой особый уровень реальности дизайна, развивающийся по своим внутренним закономерностям. Можно было бы попытаться резко развести две эти задачи: сначала исследовать собственно практику дизайна, потом — его теорию. Однако, хотя такая операция вполне возможна, она неизбежно исказит действительный характер материала. Теоретический уровень дизайна может быть выделен как самостоятельное явление, но одновременно через мышление дизайнера, через методы решения задач и аргументацию этот теоретический уровень оказывает прямое и непосредственное влияние на осознание дизайнерской практики. Мы уже упомянули, что за полвека развития дизайна в его коммерческих формах теоретическое рассмотрение его проблематики практически не изменило своего характера. Уже это позволяет предположить, что в силу особых причин влияние определенных теоретических концепций на мышление практиков оказывается сильнее, чем влияние практики на теорию.

Теоретический уровень непосредственного отношения к дизайнерской деятельности специалистов, которые ее осуществляют, имеет сложное внутреннее строение; в нем особым образом соединяются противоречивые (в формально-логическом смысле) представления, поэтому легендарное, мифологическое описание дизайна обладает огромной живучестью.

Как и всякий фольклор, профессиональная идеология дизайна формируется сложным образом. Сначала первые рефлексивные представления проектировщиков о своих задачах оформляются в целостный во всей своей противоречивости образ деятельности. Затем этот целостный образ расчленяется авторами теоретических концепций

на части, и на основе каждой из этих частей выстраивается более или менее стройная система рассуждений, конструируются различные «дизайны». На следующем этапе происходит любопытная операция — выработанные теоретиками концепции как бы «свертываются» в афористическую форму и в таком виде ассимилируются идеологическим уровнем профессии. Концепцию от легенды отличает большая внутренняя строгость и естественная фрагментарность по отношению к целому. При этом, конечно, достигается большая конкретность разработки частных вопросов. В сумме различные концепции создают особый уровень идеологии деятельности, особое описание деятельности художника в системе проектирования, представляемой по-разному.

Диалектическая логика требует брать предмет исследования в его развитии, и это требование определяет структуру книги — нерасчлененные представления о дизайне (легенды), теоретические концепции, практика, теория, снова практика, но уже представленная через теорию. В. И. Ленин писал: «Чтобы действительно знать предмет, надо охватить, изучить все его стороны, все связи и «опосредствования». Мы никогда не достигнем этого полностью, но требование всесторонности предостережет нас от ошибок и от омертвления». Это общее методологическое требование к исследованию любого общественного явления, естественно, полностью применимо к анализу дизайна. Практика современного дизайна не дана нам непосредственно. Как мы отмечали, она уже «профильтрована» через установки и пристрастия зарубежных специалистов. Концепции дизайна являются тем самым важным аспектом его самодвижения, принципиальной формой его «опосредствования», только рассмотрев их совокупность, мы получаем возможность двигаться дальше.

Поэтому следующая степень нашего исследования дизайна — это общая картина зарубежного дизайна, создающаяся из частных теоретических концепций.

Глазычев В.
www.rosdesign.com

ФОРМООБРАЗОВАНИЕ И КОМПОЗИЦИЯ

Задачи промышленного дизайна

«Техника развивается так быстро, что, если не надеть на нее эстетический намордник, она перекусает все человечество», — сказал В. Маяковский еще в начале века. Эту фразу можно считать лозунгом дизайнеров промышленных изделий. Но эстетика не только «защищает» нас от техники — она, в первую очередь, помогает развивать промышленность. Почему растет спрос на дизайнеров? Почему промышленность и экономика теперь во многом зависят не только от науки, но и от искусства? Эстетические свойства промышленных изделий влияют на восприятие потребителя, воспитывают вкус к удобным и красивым вещам, стимулируют тем самым поиск новых решений, ускоряя развитие производства. Кроме утилитарных потребностей человеку необходимо удовлетворять и свои эстетические запросы.

Эстетика (от греч. *aisthetikos* — чувствующий, чувственный) — учение о сущности прекрасного — проявление ценностного отношения между человеком и миром.

В XVIII в. А. Баумгартен определил эстетику как науку о «чувственном знании», а И. Кант — как науку о «правилах чувственности вообще».

Техническая эстетика изучает социально-культурные, технические и эстетические проблемы формирования гармоничной предметной среды, создаваемой средствами промышленного про-

изводства для обеспечения наилучших условий труда, быта и отдыха людей. Составляя теоретическую основу дизайна, техническая эстетика изучает принципы и методы художественного конструирования.

Художественное конструирование нередко трактуют как работу над внешней формой промышленных изделий. Это в корне неверно. Прибор или станок — целостный, сложный комплекс, и механически расчленив его на форму и конструкцию нельзя. Опыт показывает, что проектирование промышленного изделия лишь тогда дает действительно хорошие результаты, когда конструктор, технолог и дизайнер работают в тесном творческом контакте, причем каждый специалист с пониманием относится к задаче другого. Остановимся на основных проблемах, решаемых дизайнерами.

Промышленным дизайном рассматривается и определяется:

- соответствие изделия техническим функциям и возможностям;
- соответствие изделия конституции человеческого тела (антропометрическим и эргономическим требованиям);
- новая эстетичная форма и цвет изделия — необходимо удовлетворить потребности самых взыскательных потребителей;
- безопасность, удобство в работе и рентабельность изготовления.

Промышленный дизайн включает в себя все взаимосвязи и взаимозависимости, которые только существуют

между человеком и изделием. Основными элементами промышленного дизайна являются формообразование и композиция.

Большой вклад в развитие теории композиции и формообразования изделий промышленного производства внес Ю. С. Сомов. Его разработки и публикации послужили исходным материалом для этой статьи.

Форма и общие вопросы формообразования.

Термины и определения

Форма в технической эстетике может быть определена как средство выражения внутреннего содержания и назначения изделия через его внешний вид (стайлинг, *styling*). Форма — понятие материальное; ряд свойств материи формируют ее внешнюю выразительность. К ним относятся геометрические характеристики, ориентация в пространстве, цвет, фактура, членение и др. Члененные формы, в свою очередь, обладают такими свойствами, как метр, ритм, пропорции, равновесие.

Геометрическая характеристика формы включает в себя следующие параметры: размеры, геометрическое строение (наличие ребер, граней, характер линии контура видимости и др.), вес, плотность, прочность.

Визуальное сравнение количества одного и того же свойства в разных формах выражается тремя эмоциональными категориями: тождеством, нюансом и контрастом.

Тождество — это равенство, одинаковость или совпадение свойств различных форм.

Нюанс — незначительное различие свойств различных форм при значительном преобладании их сходства. Нюанс — самое изящное и тонкое средство в палитре дизайнера; только в совершенстве овладев им, можно создавать изделия высшего эстетического

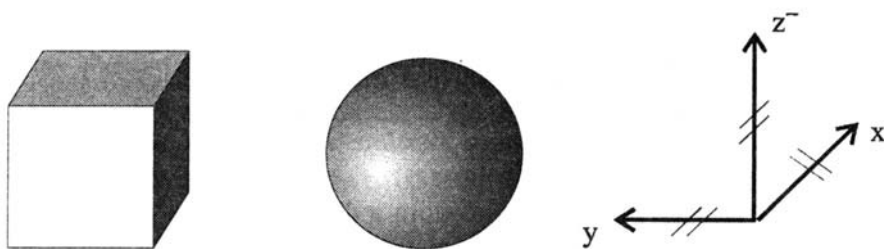


Рис. 1. Контрастные объемные геометрические формы

уровня. Ньюансировка — это тот основной процесс, в результате которого вещь при всех прочих достоинствах обретает изысканность.

Контраст — резкое качественное различие одинаковых свойств разных форм вплоть до их полного противопоставления. Например, объемные формы шар и куб, одинаковые по габаритным размерам, вызывают ощущение, близкое ощущению контраста между черным и белым (рис. 1). Контрастное восприятие вызывают: «тяжелая» часть формы рядом с «легкой», широкая — рядом с узкой и т. д.

Сочетания различных форм представлены на рис. 2.

Психологическое воздействие формы объекта на человека

Геометрическая форма психологически воздействует на человека и когда представляет собой единое целое, и когда образована путем сочетания, соединения двух и более элементов.

Сочетания бывают трех видов (рис. 3, а):

— *пассивные* соединения — связь осуществляется посредством дополнительного элемента. Например, шары гантели соединяются с помощью третьего элемента — ручки;

— *активные* соединения — два сочетаемых элемента связаны друг с другом непосредственно, причем форма одного из них является продолжением другого. Например, коробка и ее крышка;

— *агрессивные* соединения — взаимопрокидывание форм элементов, когда один элемент как бы врезается в другой, скажем, как топор в полено.

Главная особенность здесь — это органичность соединения элементов формы, соподчиненность, без которой целостности формы не достичь.

Кроме сочетаний элементов, различают виды форм (рис. 3, б):

— *переносную*. Такую форму, например, имеет штампель или шахматная фигура;

— *тянущуюся*. Подобная форма характерна, к примеру, для салазок;

— *вращающуюся*. Этой формой отличаются, например, цилиндр или винт самолета;

— *обтекаемую*. Такова форма падающей капли или шара. Форма капли при этом является динамичной, а фор-

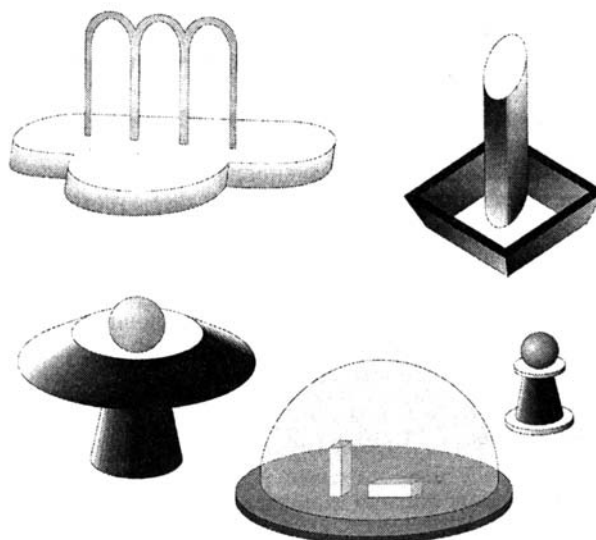


Рис. 2. Сочетания различных форм

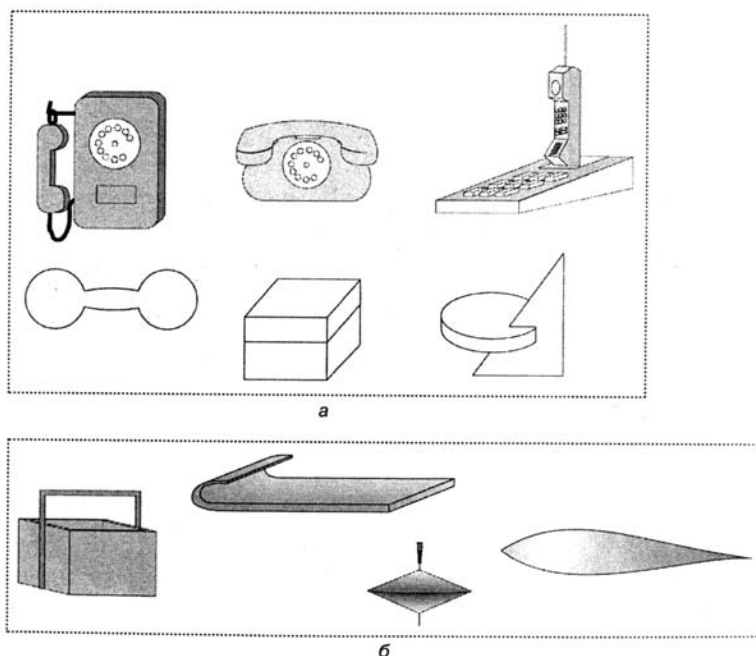


Рис. 3. Виды сочетания элементов (а) и форм (б)

ма шара — статичной, но малоустойчивой (сравните со статичной формой куба).

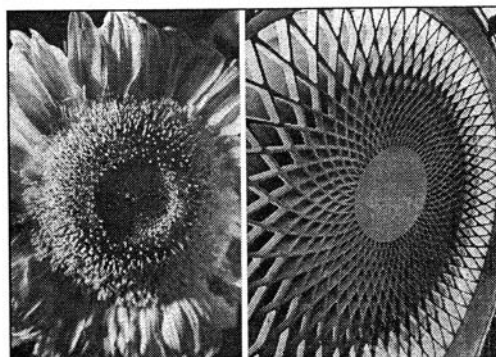
Ниже приведены примеры из живой природы. В наружных формах отчетливо прослеживается динамика (рис. 4): а — различное расположение листьев на стеблях — листья растут на стебле по спиральной линии; б — диск подсолнечника — ячейки для семян образуют две группы пересекающихся кривых — спиралей; в — раковина, форма которой иллюстрирует ритмическое возрастание).

Сильным средством эмоциональной выразительности формы является ее ориентация относительно горизонтальной плоскости, придающая ей устойчивость либо неустойчивость. Форма шара, например, малоустойчива, форма куба — устойчива.

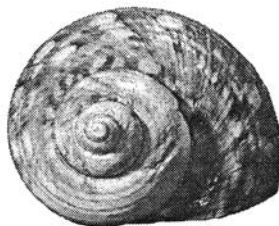
Для придания устойчивости форме в случае высотных объектов необходимо учитывать требование напряженности материала — уменьшение массы по высоте. Этого эффекта можно достичь либо незначительным отклонением от вертикали внешних плоскостей объек-



а



б



в

Рис. 4. Примеры природных динамичных форм



Рис. 5. Пример придания устойчивости высотному объекту за счет уменьшения его массы по высоте (Церковь Святого семейства в Барселоне)

та, либо конусностью поверхностей, либо ступенчатостью объемов с их закономерным уменьшением по высоте (рис. 5).

Свойства формы, характеризующие ее как систему частей и целого

Расчлененность или составленность формы объекта характеризует ее как систему взаимосвязанных элементов.

Метр — повторение через равный интервал одинаковых или сходных визуально воспринимаемых признаков объекта (опоры линии электропередач, вагоны электропоезда, гирлянды цветов).

Ритмический ряд — закономерное изменение (нарастание или убывание) какого-либо определенного, визуально воспринимаемого признака или свойства объекта (ветки у ели).

Метрический ряд характеризуется тем, что отдельные равные части размещаются через одинаковые интервалы. С его помощью достигается строгость и уравновешенность (рис. 6: а — простой метрический ряд, б — сложный метрический ряд). По сравнению с метрическим, ритмический ряд подвижнее, напряженнее, интереснее. Ниже (рис. 7, а, б) показаны ритмические ряды с изменением активности ритма, а также простые ритмические ряды (рис. 7, в). Такой ряд создает впечатлительные живости, побуждает к дальнейше-

му развитию и потому охотнее применяется дизайнерами.

Ритм оказывает огромное влияние на восприятие формы. Интересный прием используется в архитектуре делового парижского района Дефанс. В современных высотных зданиях, построенных в форме прямоугольного параллелепипеда, разное количество окон на нижних и верхних этажах. Постепенно, по мере увеличения высоты этажей, окна делаются шире и, соответственно, их количество уменьшается. За счет этого нижняя часть здания кажется тяжелее, а вся конструкция устойчивей. При этом перспективное сокращение компенсируется расширяющимися окнами, и линии боковых граней здания выглядят параллельными, а не стремящимися в точку схода линейной перспективы.

При организации формы особое место занимает пропорция. Пропорция — равенство отношений количественной меры одних и тех же объективных свойств в сопоставляемых формах, или связь составляющих внутри сложного целого. Пропорциональность — соразмерность целого и частей.

Пропорционирование — использование пропорций для организации элементов действительной формы объекта в его целостную структуру, т. е. определенный метод количественного согласования частей и целого.

Различают следующие виды пропорций:

— арифметическую: $H_1 - H_2 = H_2 - H_3$ (рис. 8, а), система пропорций подчинена метрическому ряду;

— геометрическую: $H_1 : H_2 = H_2 : H_3$ (рис. 8, б); например, пропорция золотого сечения.

— гармоническую (восемь пропорций):

$$a : c = (a - b) : (b - c);$$

$$a : c = (b - c) : (a - b);$$

$$b : c = (b - c) : (a - b);$$

$$a : b = (b - c) : (a - b);$$

$$a : c = (b - c) : (b - c);$$

$$a : c = (a - c) : (a - b);$$

$$b : c = (a - c) : (b - c);$$

$$b : c = (a - c) : (a - b).$$

На рис. 8 показано графическое выражение пропорциональной зависимости, построенной на отношениях сторон прямоугольника.

Определенная система расположения прямоугольников может служить канвой для создания формы изделий (рис. 9).

Дизайнер должен обладать обостренным чувством пропорции, точно улавливать и определять соотношение длины, ширины и высоты предмета, его характерных особенностей.

Пропорции — основное средство композиции. Компонуйте объекты, думая о пропорциях. Подбирая пропорции, думайте о композиции. Пропорции определяют:

— образность предмета (кресло для работы и кресло для отдыха состоят из одних и тех же элементов, а характер мебели определяется исключительно их пропорциями);

— гармонию формы (именно пропорциями различаются фигуры Аполлона и Квзимодо. Гармония — в пропорциях объекта);

— масштабность.

Масштабность — соразмерность принятому эталону (человеку). «Человек есть мера всех вещей». Эти слова, высеченные на мраморе Дельфийского храма, довольно точно выражают суть масштабности предметного мира — всего того, что создает человек. При решении вопросов, связанных с масштабностью изделий, следует обратиться к антропометрии и эргономике, составляющим научной базы промышленного дизайна.

Размерные величины в станках, машинах, приборах, транспортных средствах, каким-либо образом связанные с человеком, определяя удобство пользования ими, оказывают прямое влияние на масштабность.

Масштаб есть одно из начал, влияющих на форму промышленного изделия. Едва на стадии инженерной компоновки хотя бы в самом общем виде прорисовуется форма объекта, как дизайнер начинает ее проработку «по человеку».

Почувствовать масштаб изделия позволяют, например, расположенные на определенной высоте какие-либо рычаги и кнопки, за которыми «угадывается» человек.

Кроме того, именно от формы зависит, считать ли объект большим или маленьким. Объекты разной масштабности существенно различаются по форме.

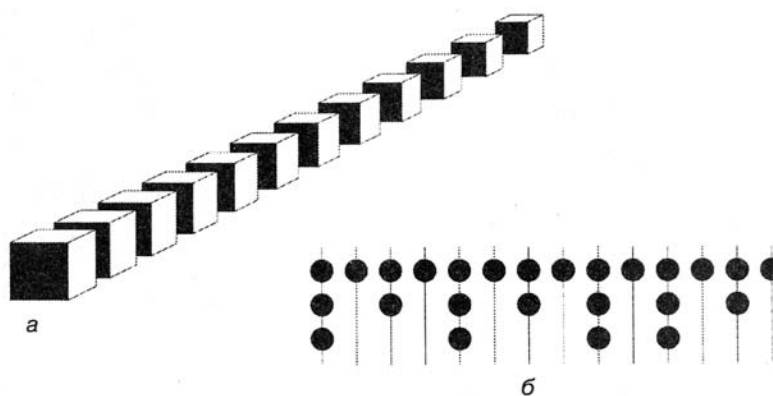


Рис. 6. Примеры метрических повторов

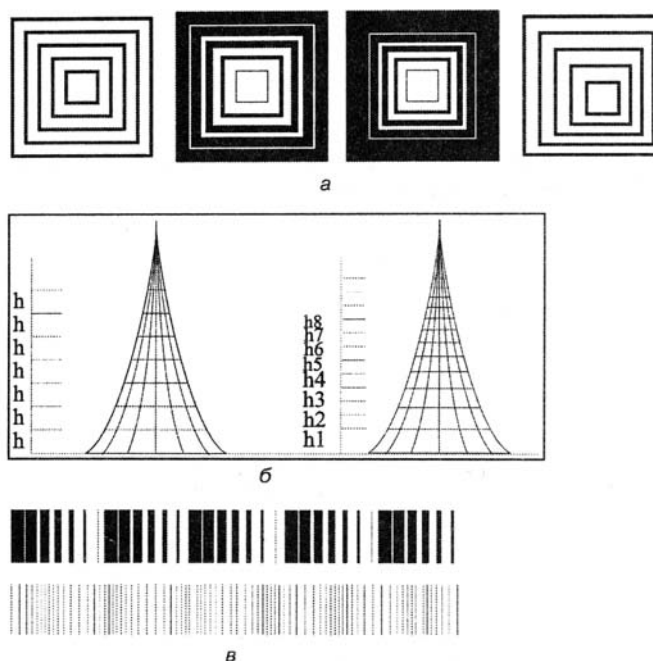


Рис. 7. Разновидности ритма

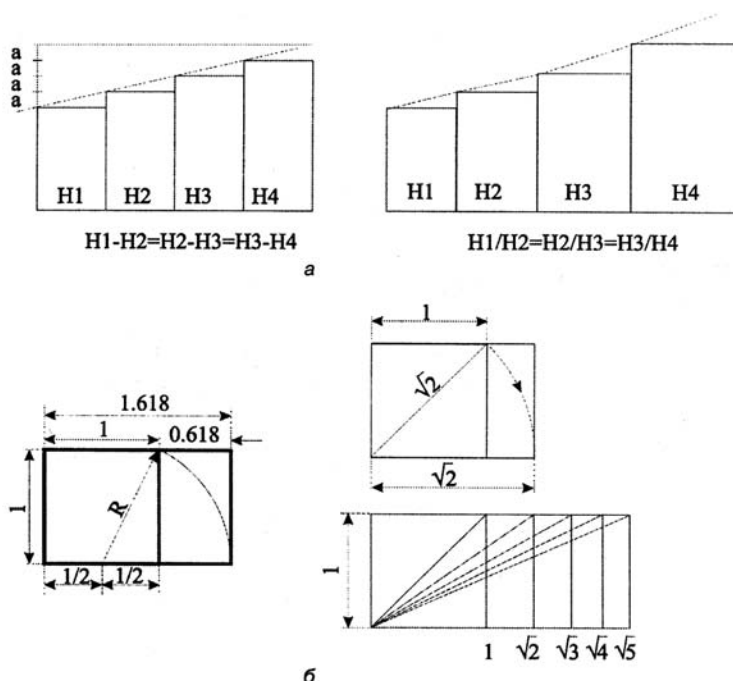


Рис. 8. Виды пропорций

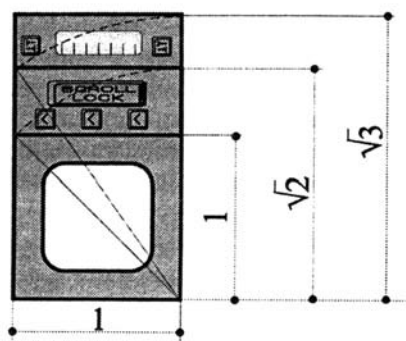


Рис. 9. Пример использования пропорций при разработке формы изделия

Восприятие абсолютного размера объекта зависит от количества деталей, их размеров и формы, пропорций составных частей. Это объективный закон восприятия. Анализ форм объектов растительного и животного мира свидетельствует о существовании в природе закономерных различий форм большого и малого организма. Сравните недавно вылупившегося птенца и взрослого лебедя, бутон и распутившийся, раскрывшийся цветок, фигуру ребенка и взрослого человека. Молодые организмы, как правило, меньше; форма их проще, более обтекаема. Формы взрослого организма обычно сложнее и четче очерчены, имеют другие пропорции и более развитый общий силуэт.

Закономерности формообразования в природе применимы и в технике, конструировании, архитектуре. Очевид-

но, что силуэт малолитражного автомобиля сильно отличается от формы представительского лимузина.

Масштабность в технических изделиях проявляется довольно наглядно (рис. 10). Здесь представлены два настольных прибора разного назначения, но примерно одного и того же размера.

Прибор (рис. 10, а) имеет форму, переусложненную множеством вертикальных и горизонтальных членений и ступенчатых перепадов, характерных для крупного станка. Немасштабность усугубляется массивным ступенчатым основанием, как бы предназначенным для значительных нагрузок. Этот маленький прибор, спроектированный по образу и подобию большого станка (рис. 10, б), смешон так же, как ребенок, одетый «по-взрослому».

Следующий объект (рис. 10, в) никого своей формой не обманывает. Крупная головка, соответствующая руке (рис. 10, г), на относительно легкой стойке придает предмету масштабность, соотносящуюся с человеком.

Итак, масштабность рассмотренным предметам придают пропорции формы и элементы, соотносимые с человеком. Масштабностью достигаются гармоничность и единство формы.

Основные формообразующие факторы

Согласованность различных свойств формы природы (конструктивных, структурных, пропорциональных, фактурных) с условиями существования, целесообразностью и закономерностью предопределяет основные эстетические признаки.

Та же закономерность и целесообразность присуща и предметной среде. Здесь дизайнер может и должен подчеркнуть те или иные характерные особенности формы: стройность, подавленность, порыв, стойкость, мощь, слабость, хрупкость, приподнятость, плавность, прочность, неподвижность, жесткость, покой и т. п.

Выразительность формы объектов предметной среды определяют:

- ее собственные свойства (вид, величина, масса, цвет, плотность);
- ее пространственные связи (масштаб, устойчивость, подвижность, напряженность, динамическая направ-

ленность, протяженность, цветовое развитие);

— способы и средства изображения, взаимодействующие с поверхностью (динамичность, объем, фактура, цветовое покрытие и т. д.).

Закономерности создания предметов аналогичны закономерностям природных форм. Перечислим лишь основные:

— конструкция определяется функциями;

— отдельные части связаны с конструктивной основой пропорциональным взаимодействием;

— масса распределена в зависимости от назначения частей и свойств материала;

— поверхность, ограничивающая форму, зависит от свойств материала.

Эстетическая оценка изделия предусматривает анализ связей между его формой и функцией, формой и конструкцией, формой и материалом, формой и процессом изготовления, а также оценку объективных закономерностей, лежащих в основе гармонии.

Так, внешний вид изделия в значительной степени определяется технологией его изготовления. Например, использование легко формуемых материалов и внедрение таких технологических процессов обработки, как вакуумное прессование пластмасс, литье по выплавляемым моделям и т. п., позволяют резко сократить количество деталей в структуре изделия, тем самым заставляя дизайнера искать более общие, соответствующие характеру изделия формы (рис. 11).

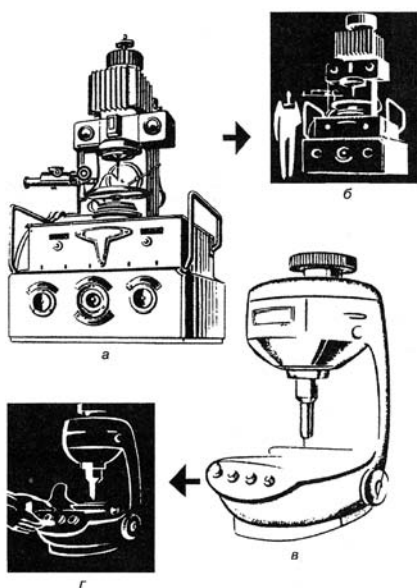


Рис. 10. Проявление масштабности в технических изделиях



Рис. 11. Влияние технологии изготовления на форму изделия

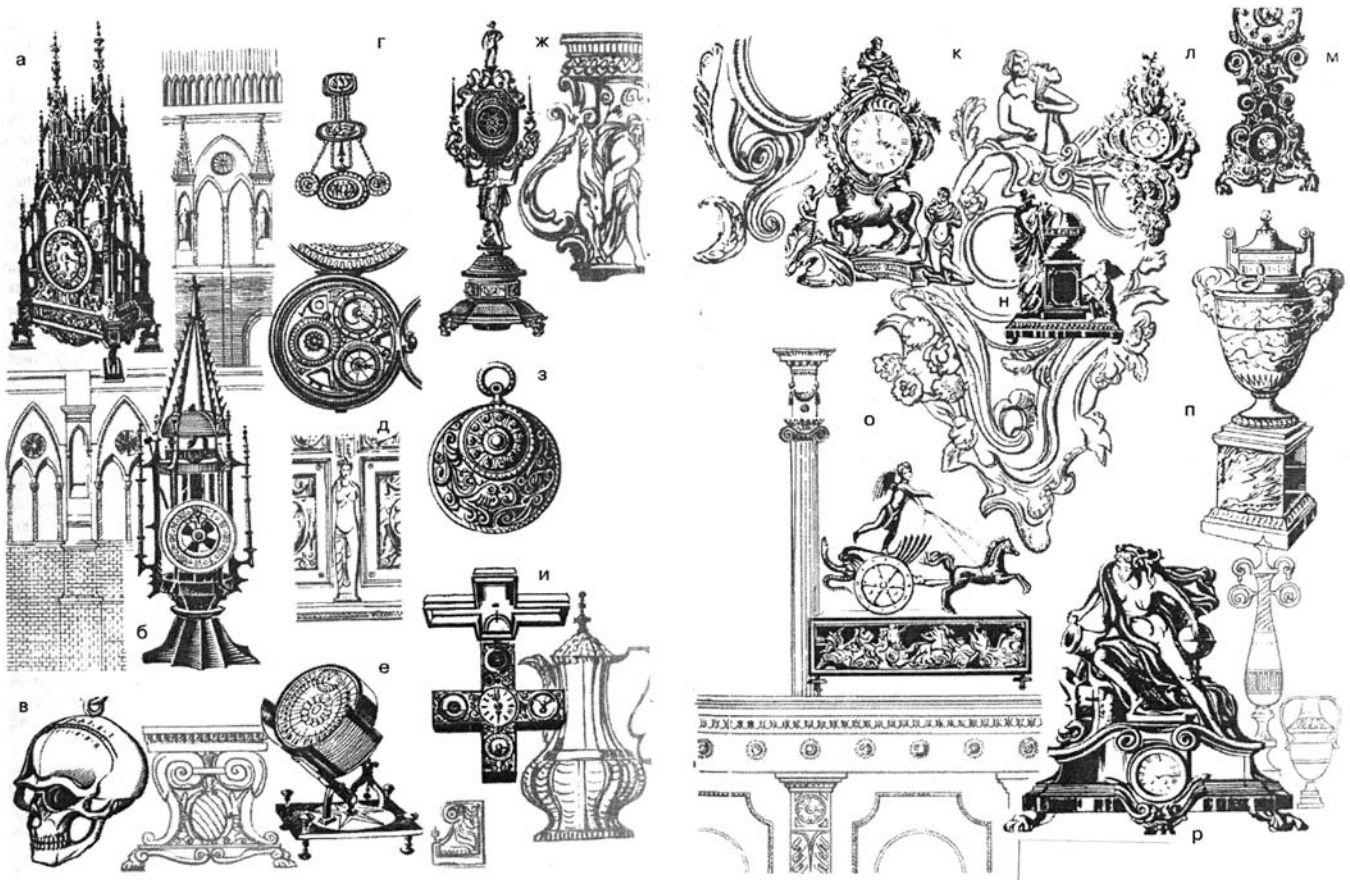


Рис. 12. Примеры часов разных стилей

Взаимообусловленность конструкции, материала и формы предопределяет композицию всякого изделия.

Впрочем, форма в технике эволюционирует не только в соответствии с описанными выше факторами, но и под воздействием существенных изменений конструкции в зависимости от стиля, а также от преходящих влияний моды, затрагивающей, главным образом, «внешние слои» структуры изделий.

Влияние моды и стилей на развитие формы рассмотрим на примере часов. Долгая история часов чрезвычайно поучительна не только для историков и искусствоведов, но и для художников-конструкторов и инженеров.

Вещь порождается потребностью общества. С развитием сельского хозяйства, ремесел, науки насущной необходимостью стало ориентирование во времени, а воткнутая в землю и отбрасывающая тень палка навела на мысль об его измерении. Солнечные часы, пережив столетия, уверенно вошли в средневековье: фасады многих ратуш эпохи Ренессанса до сих пор украшают уникальные по исполнению солнечные часы. Форма и функции часов постоян-

но совершенствовались, но принцип работы оставался прежним, примитивным. И ограничивал тем самым набор возможных функций! С течением времени перестала совершенствоваться конструкция, а, в конце концов, стала повторяться форма. Возник стереотип, т. е. наступил момент, когда резервы совершенствования формы и способа осуществления функций фактически были исчерпаны.

С развитием производства и ускорением темпа жизни человеку потребовалась и гораздо большая точность измерения времени. Это привело к появлению принципиально нового механизма. Так в XV в. родились пружинные часы. Они получили широкое распространение в XVI—XVII веках. В 1500 году Петром Геле были созданы карманные часы. Человек получил точный портативный прибор измерения времени. Эти часы также приводились в движение пружинным механизмом, который в течение столетий постоянно совершенствовался. В XVIII в. появились часы с секундомером. Неумолимая быстротечность времени стала физически ощутимой. Не случайно многие

часовых дел мастера, отражая мировоззрение современников, стиль своей эпохи, создавали удивительно интересные композиции.

Ниже (рис. 12, а) показаны часы начала XV в., композиция развивается в полном соответствии с канонами готики. В этом примере множество декоративных элементов, не имеющих к часам как к механизму никакого отношения, часы лишь повод для пышной композиции. Следующий пример (рис. 12, б) — часы конца XVI в. (Германия), тоже выполненные в готическом стиле, однако здесь форма уже тесно связана с конструкцией. В металлическую чашечку верхнего яруса каждый час, оповещая о времени, ударял молоточек. Прежде всего — это часы, а потом уже все остальное.

Распространение часов во всех слоях общества постепенно дифференцировало их форму в зависимости от социальной и профессиональной принадлежности владельца. Ниже приводятся примеры:

— часы в виде черепа, принадлежавшие монаху и напоминавшие о бренности земной жизни (рис. 12, в);

— часы в изящном медальоне или драгоценном браслете — украшение светской дамы (рис. 12, г);

— несколько астрономических приборов, объединенных с часами в единую композицию. Это часы-прибор учебного (рис. 12, д);

— небольшие солнечные часы, изготовленные в строго приборном стиле (рис. 12, е).

В эпоху Ренессанса скульптура становится чуть ли не обязательным атрибутом композиции часов, однако сами часы служат главным элементом композиции (большая часть строго симметричной). Такие часы XVI в. со сложным силуэтом и переходом от подставки через человеческую фигуру к развитой декоративной верхней части композиции представлены на рис. 12, ж.

Роскошен усыпанный драгоценными камнями и украшенный тончайшим ювелирным орнаментом корпус часов, принадлежащих аристократу (рис. 12, з).

Здесь же вы видите хронометр с откидывающейся крышкой, сделанный в виде креста из золота (рис. 12, и). В приведенных примерах форма часов еще не утрачивает своей связи с самим прибором — часы остаются главным элементом композиции.

В эпоху барокко господствует новый принцип: сами часы зачастую всего лишь повод, атрибут богатой композиции. Фантазия художника целиком направлена на создание впечатляющей скульптурной декорации. Если часы и остаются в центре композиции (рис. 12, к), то скорее всего формально — ведь нужно же водрузить что-то значительное на спину золоченого быка.

На форме часов сказались и веяния рококо. Причудливые дворцовые настенные и каминные часы в стиле рококо (рис. 12, л, м) органично дополняют скульптурные украшения дворцового зала.

Немало примеров своего отношения к часам дала эпоха классицизма. Насыщенная игра теней и бликов на золоченой бронзе богатых драпировок, строгая и четкая ось пьедестала, концентрирующая внимание на циферблате — таковы типичные часы стиля классицизм (рис. 12, н). Иногда в них прослеживается и философская трактовка: создаваемые художниками образы связаны с

быстротечностью, неуловимостью времени (рис. 12, о, п).

Над композициями часов работали видные скульпторы, искусство здесь неотделимо от техники (рис. 12, р). Разнообразнейшие композиции часов в продолжение веков демонстрируют главенствующую роль создаваемого мастером художественного образа, индивидуальную трактовку самой функции.

Зачастую часы, выполняя свою основную функцию, служили еще и органичным компонентом интерьера, а иногда и его композиционным и смысловым центром. Под бой часов раздавалась мелодичная музыка, приходят в движение искусно сделанные фигурки, и оповещение о времени превращается в театрализованное представление (например, ратушные часы в Праге, часы кукольного театра Образцова). Таким образом проявляется органичный сплав высокохудожественного решения и оригинальной в техническом отношении конструкции.

Не опровергает ли это разнообразие форм и композиционных приемов принцип зависимости формы от функции и конструкции? Ведь задача часов — информировать о времени. Разве не диктует форму часов циферблат с размещенным за ним механизмом?

Все зависит от того, как трактовать понятие «функция». В приведенных примерах часы, кроме информации о времени, брали на себя ряд дополнительных и вполне определенных функциональных задач.

Серийное производство во многом изменило облик часов. Новая техника рождает и новое отношение к форме, побуждая видеть красоту совсем в ином — например, в способности формы отражать безграничные возможности современной технологии. И все же, несмотря на кардинально изменившийся способ изготовления, в наше время соседствуют и параллельно развиваются очень давние традиции, в которых находят отражение декоративные начала. Часы сейчас бывают и строгие, и пластично богатые, и декоративно насыщенные. Все это объясняется, с одной стороны, эстетическими вкусами и запросами общества, а с другой — применением прогрессивных конструкций и современных технологий (электронные



Рис. 13. Примеры современных часов

часы), а также новых материалов — пресс-порошков и др. (рис. 13).

Композиция в технике. Категории композиции

Согласно теории Ю. С. Сомова, основными категориями композиции выступают тектоника и объемно-пространственная структура.

Тектоникой называют зримое отражение работы конструкции и материала в форме. Например, литая несущая конструкция должна быть такой формы, чтобы не возникало сомнений — это именно литье, а не сварная или какая-либо иная конструкция. Поэтому можно говорить о тектонике «литой формы», тектонике легких штампованных несущих элементов и тектонике пластмассовых конструкций. Сборная это конструкция или монолитная, легкая и тонкостенная или тяжелая и массивная; несущий ли это элемент или ненагруженный, возникают ли в данном месте напряжения в материале или не возникают — на все эти вопросы обличенная в материал форма должна ответить ясно и недвусмысленно. Образно говоря, тектоника — это искренность формы в отношении конструкции и материала. Рассмотрим, например, модели часов, в которых ясно отражены особенности материала и работы конструкции (рис. 14, а, б, в): ясно информирует о конструкции деревянный корпус; точ-

ное представление о тектонике дает цельный пластмассовый корпус с наклонным циферблатом; акцентирует внимание на разъеме металлический корпус.

На рис. 15 показано, как чутко реагирует форма на разные конструкционные материалы. В первой группе (рис. 15, а) благодаря крупным радиусным закруглениям (согласно требованиям технологии трубы сгибают без искажения сечения только до определенного радиуса), кронштейны светильников извиваются, словно змеи, обрисовывая в пространстве легкий и напряженный контур несущего элемента. В изделиях второй группы (рис. 15, б) иной характер конструкции. Здесь господствует прямой угол, и он, а не радиус закругления выступает тем объективным фактором, который лежит в основе данных конструкций. От того, как работает материал, и зависит тектоническая правдивость изделия.

Еще недавно было бы странно говорить о тектонике больничной койки. Сегодня это весьма сложный механизм (особенно в травматологических отделениях), и нелепейшим образом выглядят некоторые модели из стальных труб такого диаметра, что они с успехом могли бы служить элементами мостовых конструкций. Просто некрасиво, скажет неискушенный человек. Нетектонично, поправит специалист, а потому и уродливо.

Авиаконструктор Туполев говорил, что «красивый самолет хорошо летает». Перефразируя в соответствии с профессиональной лексикой получим: «тектонично сконструированный самолет хорошо летает». И это высказывание относится к любому проектируемому изделию.

Второй, не менее важной, чем тектоника, категорией композиции является объемно-пространственная структура. Любая форма взаимодействует с пространством, и какой бы простой она ни была, следует говорить о двух основных компонентах ее структуры — объеме и пространстве. Понятие «объемно-пространственная структура» только условно применимо ко всякой форме. Например, гладкая галька — это форма, но пространственно не структура; пчелиные соты — наиболее характер-

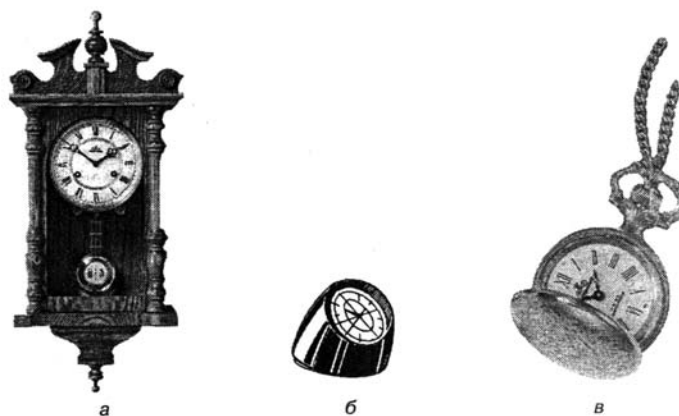


Рис. 14. Примеры часов с явно выраженной тектоникой

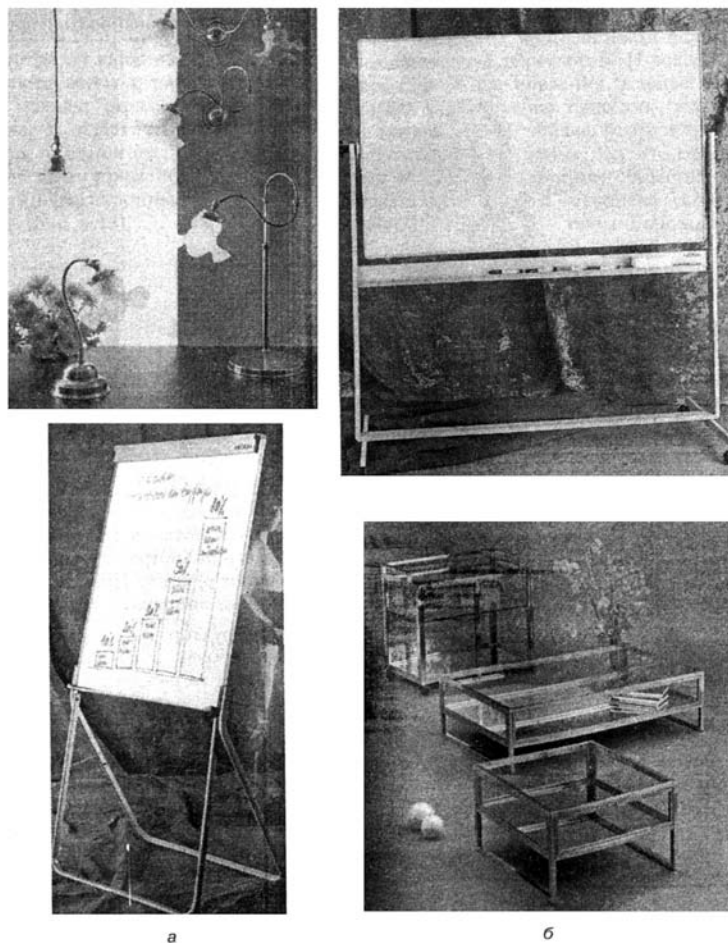


Рис. 15. Формы из разных конструкционных материалов

ный пример регулярно построенной объемно-пространственной структуры; паутина же, сотканная пауком, содержит так мало материала, что об объемно-пространственной структуре тут можно говорить лишь условно. От самых тонких, ажурных конструкций до плотных, как бы «сбитых» форм — таково многообразие проявлений отношения объема и пространства как в природе, так и в технике.

Объемно-пространственную структуру можно определить как эстетически осмысленную взаимосвязь формы предмета с его внутренним строением и внешним пространством (сравните автомобиль, самолет, автобус).

Занятый сложной проблемой воплощения разрабатываемой конструкции в материале, инженер иногда просто не задумывается о «нематериальном» компоненте — пространстве. Психологически

это вполне объяснимо, однако для создания эстетически полноценного промышленного изделия проектировщик должен воспринимать пространство как равноценный элемент композиции и умело его применять. Главное — видеть форму изделия снаружи и изнутри. Объект конструирования следует рассматривать не только как действующую систему технических элементов (станины, суппорта, валов, органов управления и т. п.), но и как некую объемно-пространственную структуру, где пространство является своеобразной матрицей объема.

Рассмотрим отношение «объем — пространство» на примерах.

Так, у богато декорированной швейной машинки (1853 г.) роль своеобразного центра композиции играет слож-

ный литой орнамент вверху (рис. 16, а). Сложные заходы пространства в объем по всей верхней пластически насыщенной части формы здесь активнее нижнего проема.

У современной машинки (рис. 16, б) связь «объем — пространство» носит принципиально иной характер. «Изыминка» этой интересной формы прежде всего в умело найденном внутреннем контуре, доминирующем в композиции. Наружный контур, напротив, спокоен и нейтрален. Именно на контрасте внутреннего и наружного контуров и строится композиция. Большое значение имеет также длинная консоль станины: ведь контур проема начинается снизу, за консолью, и словно с разбегу влетает внутрь.

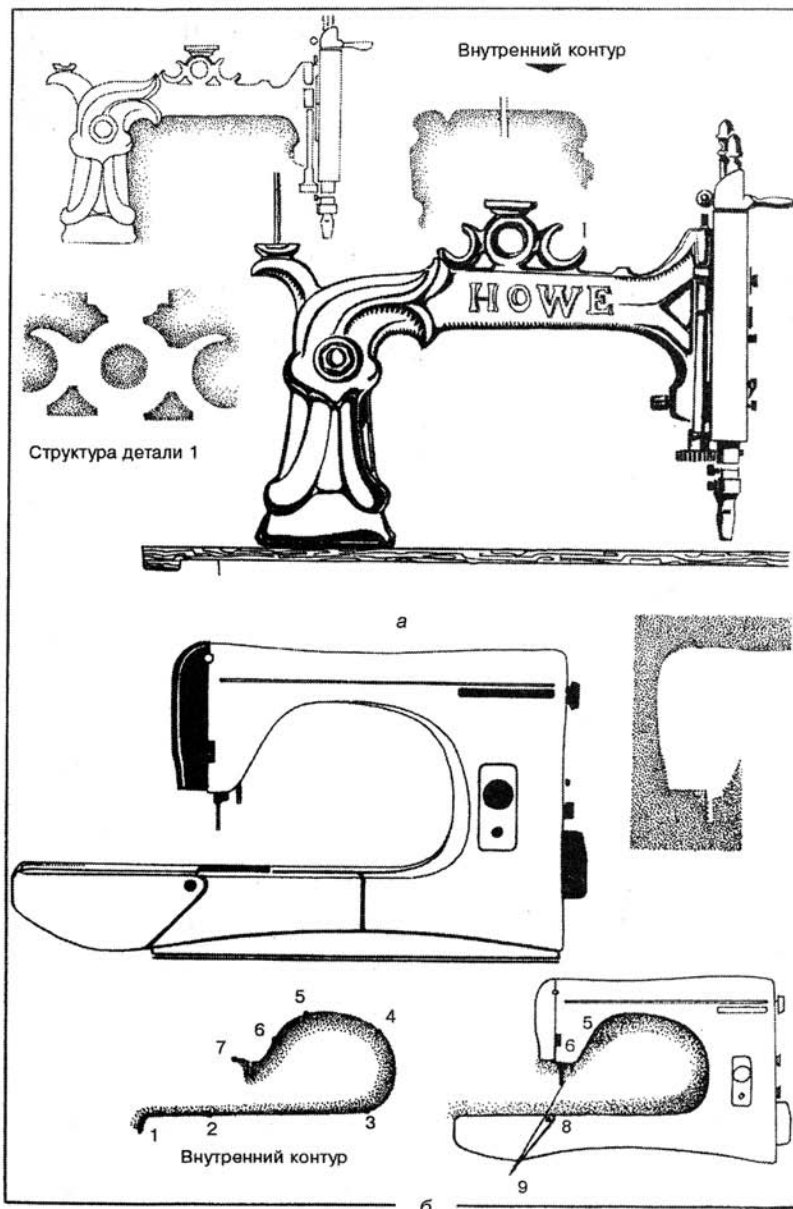


Рис. 16. Примеры, демонстрирующие отношение «объем–пространство»

Машинки принадлежат разным эпохам; это отчетливо просматривается в их стилевом решении, проявляется в принципиально несхожих связях объема — пространства.

Рассмотрим модели с одинаковыми основными размерами (рис. 17). Они отличаются только одним признаком — характером связи с пространством, что зависит от величины проемов. У первой представленной модели (рис. 17, а) проемы минимальны, у второй (рис. 17, г) — проем максимален (материал превратился в тонкую раму). Охарактеризуем связь объем — пространство во всех случаях.

На толстой пластине (рис. 17, а) разбросаны сквозные отверстия, они малы, и пространство словно «прошивает» объем. Но даже при этих размерах связи через материал все же существуют, и именно они делают этот объем не столь обособленным, каким он был бы без этих отверстий. Не случайно небольшие, редкие и очень глубокие проемы в толще стен древнерусских храмов дают поразительный по силе и остроте эффект.

Проем в пластине увеличился, активность пространства возросла, проем пространственно «заработал» в полную силу (рис. 17, б).

Величина проема резко возросла, площадь проема близка площади оставшегося материала, а ширина обрамления почти равна его глубине. Исчез контраст в отношениях «проем — пространство», а вместе с этим пропала и острота, активность этой простейшей композиции (рис. 17, в).

От прежней пластины остались только ребра и, несмотря на это, здесь вновь «обострились» отношения «объем — пространство». Это уже качественно иная модель (рис. 17, г).

При тех же размерах проема третья модель развита в глубину, усиливается ощущение пространства (рис. 17, д).

За счет активной работы пространства достигается эффект телескопичности — зрительного увеличения глубины структуры (рис. 17, е).

Роль пространства значительно увеличена, человек может как бы примерить пространство, ощутить его (рис. 17, ж).

Пространственные связи остаются «модельными» и потому не столь существенны для композиции (рис. 17, з).

Как показывает пример, взаимодействие «объем — пространство» при разных сочетаниях в моделях с одинаковыми основными размерами проявляется по-разному.

Взаимосвязь тектоники и объемно-пространственной структуры рассмотрим на условных моделях с несущими и несомыми элементами (рис. 18).

Пролеты между опорами весьма малы, и нагрузка на опоры вообще не чувствуется. «Материала» так много, а «воздуха» так мало, что модель воспринимается скорее как монолит с выбранными узкими щелями (рис. 18, а).

Выделились опоры и лежащий на них объем. Но эта модель пространственно невыразительна, примитивна из-за соизмеримых размеров пролетов, сечений опор и высоты несомого элемента (рис. 18, б).

При более тонких ребрах-опорах и высокой «балке» чувствуется напряжение работающей конструкции, а в пролетах — пространство; интереснее стала и объемно-пространственная структура (рис. 18, в).

Ребра-опоры слишком тонкие. Конструкция выглядит опасно неустойчивой (рис. 18, г).

Модель выглядит явно плохо, т. к. опорам нечего нести (рис. 18, д).

Модели не хватает выразительности и остроты вследствие равенства сечений опор и «балки» (рис. 18, е).

Опоры дальше отстоят одна от другой, и «балка» зрительно потяжелела, хотя высота ее не больше, чем у первых трех моделей (рис. 18, ж). Вследствие контраста тяжелого несомого и тонкого, но напряженного несущего, появилась тектоническая острота. Одновременно «обострились» и отношения объема с пространством. В контрасте материала и пространства композиция приобрела особую выразительность, потому что наглядно проявились тектонические особенности действующей конструкции (рис. 18, з).

Свойства и качества композиции в технике

Целостность формы — одно из основных качеств композиции — отража-

ет логику и органичность связи конструктивного решения с его композиционным воплощением. Целостность формы обеспечивается: пропорциональностью, масштабностью, цветовым и тональным единством, общностью формы всех элементов, учетом композиционного равновесия, единством стиля и другими композиционными средствами. Нарушение любого из них ведет к дисгармонии. Гармоническая целостность формы возникает лишь в результате особого соподчинения частей целого.

Например, элементы лицевой панели прибора связывает и соподчиняет, прежде всего, фон — сама панель. Если свести фон на нет, исчезнет и важное связующее начало композиции. Тесно, почти впритык расположенные шкалы, тумблеры, ручки и другие детали перестанут восприниматься как композиционное целое. Не менее важно и конструктивное исполнение обрамления шкал. Если тяжеловесные и грубые обрамления «забивают» свободную часть фона, вряд ли можно го-

ворить о соподчинении частей, ибо ни одна деталь не считается ни с фоном, ни со своими «соседями». В этом деле нет мелочей: имеет значение даже расположение головок крепежных винтов, величина и характер надписей, способ сочленения панели с корпусом, а также качество комплектующих изделий — ручек, тумблеров, сигнальных ламп и т. п.

Целостность формы и соподчиненность элементов связаны между собой, как причина со следствием. Если художнику-конструктору не удастся соподчинить основные формообразующие элементы, ему не достичь и главного — композиционной целостности формы.

Важным свойством композиции является равновесие формы — такое ее состояние, при котором все элементы сбалансированы между собой. Композиционное равновесие не адекватно простому равенству величин, оно обязательно выражается симметрией. Равновесие зависит от распределения основных масс композиции относи-

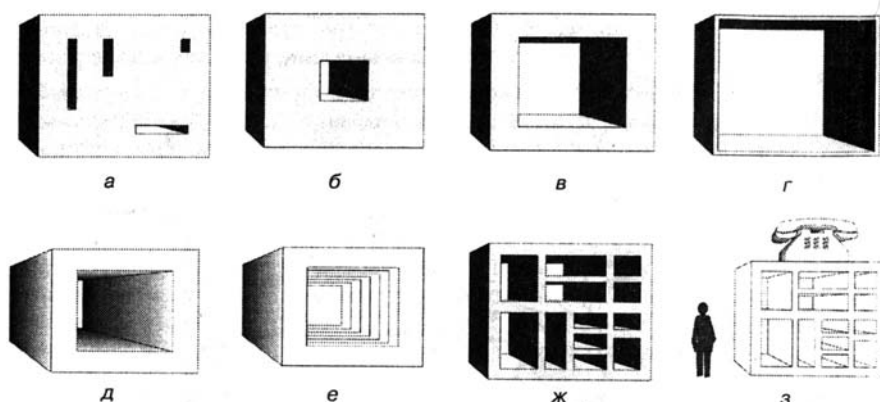


Рис. 17. Модели, отличающиеся характером связи с пространством

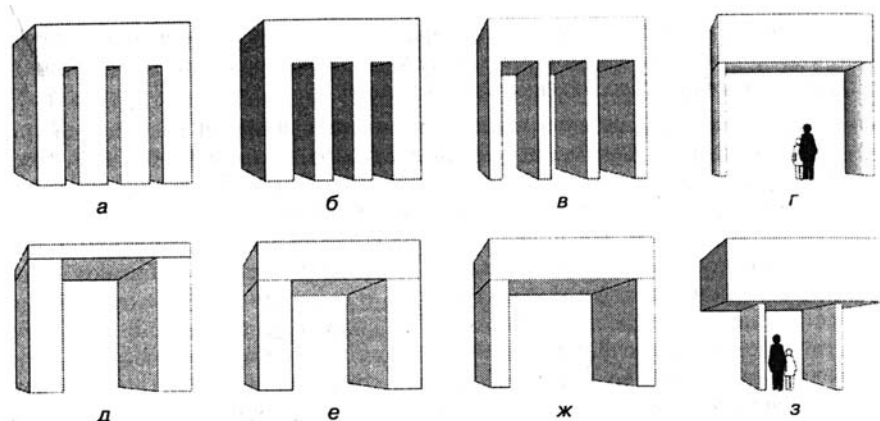


Рис. 18. Примеры моделей, характеризующих связь тектоники и объемно-пространственной структуры

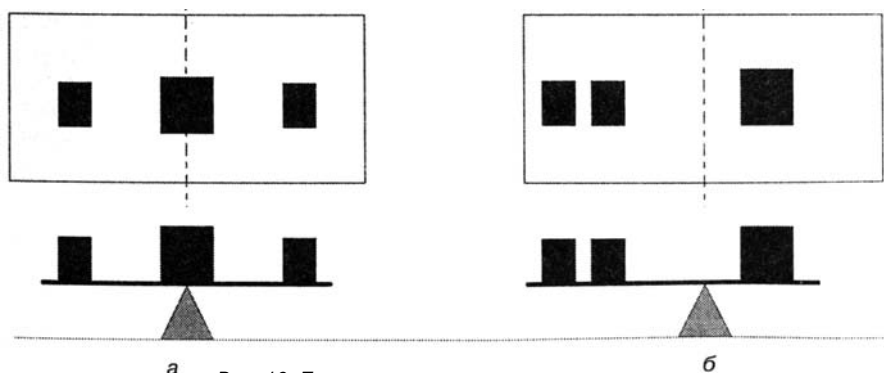


Рис. 19. Примеры композиционного равновесия

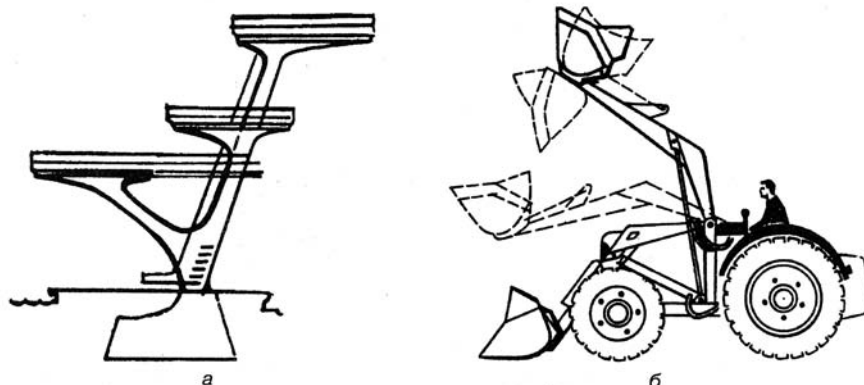


Рис. 20 Композиционное равновесие в конструкции реальных объектов

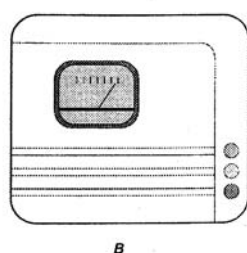
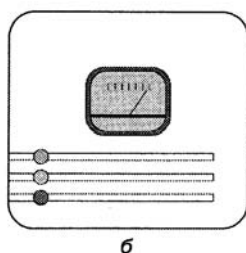
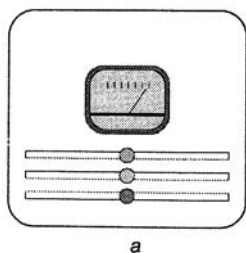
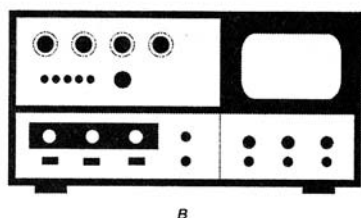


Рис. 21. Варианты достижения композиционного равновесия на приборной панели

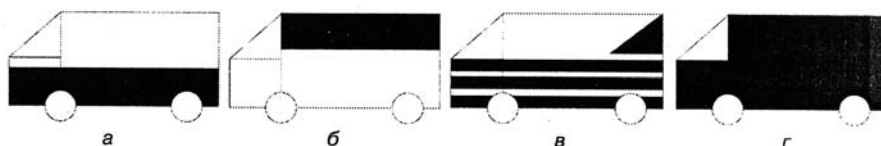


Рис. 22. Зависимость восприятия объекта от окраски корпуса

тельно центра. Рассмотрим пример симметричных объектов (рис. 19, а). Далее (рис. 19, б) симметрии не стало, однако целостность и уравновешенность сохранены. В технических структурах физическое равновесие — устойчивость всей конструкции — определя-

ется расчетом. В подобных случаях композиционное равновесие адекватно устойчивости.

Некоторые проявления композиционного равновесия представлены на рис. 20 и 21. Равновесие вышки для прыжков в воду (рис. 20, а) можно сравнить

с устойчивостью дерева при развитой корневой системе. Равновесие породопогрузчика с изменяемой объемно-пространственной структурой не нарушается ни в одной из точек между крайними положениями стрелы с ковшом (рис. 20, б). Соподчинение необходимо и для элементов приборных панелей, для которых справедливо так называемое графическое равновесие (рис. 20, в).

В зависимости от назначения промышленного изделия его композиция должна вызывать определенные ассоциации. Прибору, функции которого связаны с движением, целесообразно придать динамичную форму — активно односторонне неправильную, как бы вторгающуюся в пространство. Динамичность формы, прежде всего, зависит от пропорций. Равенство или нюанс отношений величин по трем координатам пространства (см. рис. 1) характеризует относительную статичность формы. Отношения, построенные на контрасте, придают изделию динамику или «зрительное движение» в направлении преобладающей величины. Сравним куб и вытянутый параллелепипед. В одном случае концентрация массы при равенстве размеров, определяющих форму, создает впечатление устойчивого постоянства. В другом — реакция на форму определяется движением глаза вдоль длинной стороны объема, причем имеет значение и направление движения. Динамична форма сверхзвукового самолета, подводной лодки, компьютерной мыши.

Усилить динамику или подчеркнуть статичность формы, создать ощущение легкости или «утяжелить» груз можно с помощью соответствующей окраски. Продольные полосы, наклонные ритмичные линии, легкие или тяжелые цвета, а также контрастные сочетания имеют большое значение для восприятия. На рис. 22 приведены примеры такой зависимости: а — устойчивый объект, б — неустойчивый объект, в — динамичный объект, г — тяжелый объект.

Литература

Яцук О.Г., Романычева Э.Т. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. С. 118-146.

РАЗВИТИЕ ДИЗАЙНА В РСФСР В 1930-50 гг. ОБЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ СТРАНЫ И ИСКУССТВА В 30–50-х гг. XX в. СОЦРЕАЛИЗМ И АР ДЕКО

Сегодня многим историкам искусства время 1930–50-х гг. кажется загадочным культурным феноменом, а дизайн в этот период — потерянным для нас. А между тем тогда господствовал стиль ар деко, получивший интересное преломление у нас. Свое название «ар деко» получил в 20-е гг. XX в. благодаря своей объединяющей роли в различных прикладных искусствах. Вобрав многие черты модерна, конструктивизма, цветовую гамму русских балетов и многое другое, а позже — индустриальных, конвейерных форм, ар деко, последний из художественных стилей, стремился к декоративной цельности, влияя на пластику, архитектуру, соединяя, казалось бы, несоединимое.

Культурная изоляция, отсутствие интереса к тому времени после высоких достижений авангарда 20-х гг. мешали рассмотреть русские произведения в этом ряду. Между тем, советский ар деко просуществовал до середины 50-х годов и влиял на европейский: популярные пластические элементы были заимствованы у нас (пластика В.Мухиной, орнаменты текстиля).

Проследим культурные рубежи искусства в то время.

20 — нач. 30-х — конструктивизм; вопрос о стандартизации как художественной проблеме. Первые тепловозы, крестьянские тракторы, возник научный автомобильный институт — НАМИ

в Нижнем Новгороде. Большие успехи в радиоделе. Первые пятилетки. Крах иллюзии о всеобщем благоденствии. Коллективизация и истребление лучшей части крестьян. Но еще жив энтузиазм, он — главный психологический резерв индустриализации. Распродажа богатств, особенно золота. Начало эпохи тотального обмана. Поиски внутренних врагов, запугивание врагами внешними.

Было необходимо строить новое, но квалифицированных кадров для новой промышленности не было (техническая интеллигенция либо эмигрировала, либо была расстреляна). Оставалось брать из-за границы целые предприятия, паровозы, станки и т.д. Платили золотом и картинами Тициана. Послали ряд инженеров в США, Германию, Англию, Францию. Выкачали по их возвращению опыт и знания, потом «пустили в расход», чтобы никто не знал, что пролетарская промышленность строилась на буржуазной технической культуре. Время поджимало, поэтому ничего не приспособливали к нашим условиям, а брали целиком. Забыли о своих умах, идеях и проектах, так как они требовали денег и времени. (Например, уже была идея космического аппарата К. Циолковского).

Конец 30-х — пышность, декор, излишества; стандартизация понималась как механическое сокращение количества

форм (на одну и ту же форму — разные декор). Под влиянием общей направленности в предметно-художественном творчестве сфера дизайна расслоилась на инженерно-техническую, предметно-бытовую и декоративно-оформительскую области, которые развивались далее на основе разных концепций формообразования. Производственное искусство отвергнуто, стилистику в предметном творчестве стали определять традиционалистские течения. В это же время произошел перелом в отношении к эстетике быта. Народ устал от гонки за будущим, появилось стремление жить красиво и удобно. Налаживалась мебельная и текстильная промышленность. Благосостояние немного выросло. Большую роль в росте внимания к красоте быта сыграло начавшееся строительство московского метро.

Начали издаваться журналы мод, появились духи «Красная Москва», «Северное сияние», губная помада. Постепенно ушла военная мода, стали носить пиджаки и галстуки. Жену Молотова Жемчужину командировали в Париж закупать косметику. Мы стали приобщаться к европейской цивилизации, что сильно беспокоило правителей. Чтобы народ помнил, где он живет, ему устроили 1937 год.

40 — нач. 50-х — стремление к украшательству, которое запрещается указом ЦК КПСС о борьбе с излишествами; стандартизация приняла негативное звучание (стандартный=плохой).

С конца 50-х гг. — новый этап: экономичность, простота, вещи утратили образ, выразительность; оживление творческой деятельности произошло из-за прихода на предприятия большого количества художников-профессионалов и создания на заводах КБ и художественных лабораторий. Был разрыв между эстетическими возможностями техники, технологии обработки и использованием изделий, недооценка специфики ма-

Термины:

Социалистический реализм — идеологическое направление (но не стиль!) официального искусства СССР в середине XX в. Впервые термин появился в 1932 г. после Постановления ЦК ВКП(б), означавшем ликвидацию некоторых художественных направлений, течений, стилей, объединений и групп, придуман либо Горьким либо Сталиным и означает все лучшее, выработанное историей искусства: классические

традиции античности, эпохи Возрождения, французского Просвещения и критического реализма (Жданов) и в то же время он отражает действительность, главное содержание которой — классовая борьба. Художники не согласные были врагами. Соцреализм не имел ни внутреннего импульса, ни перспектив развития, был искусственен, поэтому мастера соцреализма не могли быть подлинными художниками (не могли проявлять творчество).

шинного производства — к приоритету ручного художественного труда.

Среди пионеров советского дизайна можно условно выделить 3 поколения:

1) Получили систематическое образование до революции и активно участвовали в формировании левых течений в ИЗО. Они были представителями других областей творчества, в сфере дизайна (производственного искусства) работали эпизодически или одновременно с основной работой. Это помогло дизайну сразу выйти на уровень большого искусства. Среди них: Татлин В., Малевич К., Родченко А., Веснин А., Попова Л., Лисицкий Л., Экстер А., Степанова В., Клуцис Г., Ган А. и другие.

2) Те, кто не успел до революции получить систематического художественного образования, учились у новаторов старшего поколения. В их работе сказывались недостаток художественного образования и технических знаний. Именно на них легла тяжесть массовой практической работы по разработке оборудования и художественного оформления предметно-пространственной среды. Если их старшие товарищи после того, как идеи производственного искусства потеряли популярность, вернулись к прежней профессии (например, Родченко — к живописи), то этим некуда было уходить, так и остались работать в области художественно-оформительской деятельности. К ним относятся: Лавинская Л., Семенова Е., Суетин Н., Чашник А. и другие.

3) Те, кто получил систематическое образование на основных дизайнерских факультетах Вхутемаса-Вхутеина, они сложившимися профессионалами шли на производство с квалификацией инженера-художника, многие в 30-е гг. стали работать инженерами или архитекторами.

Архитектура

В начале 30-х гг. — перемены в стиле в направлении советской архитектуры — совмещение нового и классических приемов. Создание монументальных произведений привело к повышенному вниманию к внешней стороне здания, нарастало украшательство. Из-за этого уделялось внимание фасадам домов, обращенных к улице, а во дворах все было неблагоприятно.

Быстрое развитие промышленности повлекло бурный рост городского населения. Сформирован новый тип жилого дома — многоквартирный секционный жилой дом, возник метод строительства не из кирпичей, а из крупных стеновых блоков. Типизация зданий и стандартизация их элементов.

В связи с введением в 1930 г. всеобщего обязательного образования — потребность в школах. Не хватало жилья, заводских помещений, но школами население было обеспечено.

Стремление к эмоциональной поднятости образа здания сочеталось с использованием старых образцов архитектуры.



Жилой дом на Смоленской площади в Москве (архитектор Жолтовский)



Жилой дом из крупных блоков в Москве. 1940 г. (архитекторы: Буров, Блохин)

1932-35 гг. — первая очередь метрополитена. Станции зарубежного метро строились как сугубо утилитарные сооружения, без декора. У нас же главная цель была — преодолеть ощущение мрачности и подземности. В итоге организовалась эмоционально насыщенная архитектурная среда, психологически комфортная и идейно значимая. Все станции имели индивидуальный облик.

Архитекторы строили здания с новым функциональным и художественным значением, но по старым эстетическим канонам — особенно в санаторно-курортном строительстве. До революции рабочие и крестьяне не знали, что такое санатории и дома отдыха, в 30-х гг. была массовая застройка этими зданиями, которые делались в расчете на парадную сторону — затрата лишних средств (в основном переоборудовались бывшие особняки) — возникло ложное представление, что нужно строить здравницы в подчеркнуто пышном стиле.

В первые годы советской власти гигантскими масштабами шло строительство, которое было проявлением стремления вырваться из вековой отсталости страны в индустрии, в результате аграрная страна с полупатриархальным укладом в короткий срок превратилась в индустриальную державу. В это время определилась рациональная планировка, внедрены «передовые» методы строительства: поточно-скоростной (когда одна бригада какой-то специальности последовательно работала на разных объектах — благодаря их однотипности — конвейер); сооружались дома из крупных блоков — кусков стены (с готовой отделкой), в итоге многоэтажки возводились за 5–6 мес., тогда как аналогичный дом из кирпича строился 2–3 года. К 50-м гг. стали укрупнять не только стеновые элементы, но и лестницы, перекрытия с тем, чтобы монтировать их кранами, а не руками. Художественный язык крупноблочных домов найден не сразу — сначала подражали каменным.

После войны — широкое восстановление до 1948 г., началось обширное жилищное строительство, формировались крупные жилые массивы конвейерным методом. Но новые методы застройки



Здание Совета Министров СССР в Москве. 1932 г. (архитектор Лангман)



Станция «Комсомольская-Кольцевая». 1952 г. (архитекторы: Щусев и др.)

сочетались со старой периметральной застройкой, что давало плохую инсоляцию большинства помещений. Внутри кварталов не хватало хозяйственных устройств. Фасады оснащались типовыми декоративными деталями, не имеющими художественной ценности.

В 1952 г. — идея бескаркасной крупнопанельной системы: панели не навешиваются на каркас, а соединяются друг с другом, образуя стены и перекрытия.

В начале 50-х гг. в Москве построено несколько высотных зданий, но их форма не соответствует конструктивной основе: постройки на стальном каркасе оформлялись на манер массивных, тяжеловесных сооружений.

Продолжало строиться метро.

Успехи соцстроительства и победа в войне — к созданию триумфальных образов в архитектуре — тенденции парадности, которая часто не согласовывалась с развитием строительной техники — это минусы. Но облик городов и сел преобразовался, развернулось массовое строительство, направленное на удовлетворение нужд трудящихся — это плюсы.

Транспорт

Развитие экономики в 30-е гг. обусловило использование автомобиля как служебный транспорт. Такси только начинало развиваться, а личный транспорт был редок. Поэтому взяли курс на вы-



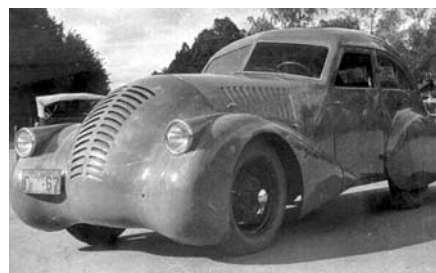
Здание МГУ на Ленинских горах (архитекторы: Руднев и др.)

пуск моделей среднего класса, самых простых по конструкции. ГАЗ унифицировал модель «Форд» с кузовом фээтон и получили ГАЗ-А с кузовом фээтон (1932 г.). Он имел 3-ступенчатую коробку передач, большой дорожный просвет, подачу оплива самотеком, несложную электропроводку и был легко освоен водителями. Оборудование кузова создавало некоторые удобства для водителя: рядом с педалью газа была подставка для ступни, на ветровом стекле — стеклоочиститель, зеркало заднего вида.

На основе этого автомобиля инженер Никитин исследовал аэродинамику и построил экспериментальную машину на шасси ГАЗ-А. ГАЗ-А-Аэро с обтекаемым



Газ-А



Газ-А-Аэро

кузовом (1934 г.). Конструкция кузова с деревянным каркасом и металлической обшивкой включала такие элементы, как: V-образное лобовое стекло, полностью закрытые обтекателями задние колёса, отсутствие выступающих подножек, запасного колеса — вдвое уменьшило сопротивление воздуха; развивала скорость 1 км/ч с расходом бензина на 20% меньше, чем у ГАЗ-А при больших габаритах (4-местный).

В середине 30-х стало ясно, что резервы этих и последующих моделей исчерпаны, тем более, что до этого серийно выпускались машины лишь со съёмным кузовом. Начатый с 1939 г. перевод промышленности на оборонную замедлил прогресс. Легковой автомобиль среднего класса именно у нас в стране первым встал на конвейер и получил дальнейшее развитие. Тогда за рубежом выпускалось много Роллс-Ройсов, Линкольнов, Паккардов, Кадиллаков и Бьюиков. Последний заинтересовал наш завод ГАЗ и было решено создать советский Бьюик. На плакатах были такие выражения: «Есть первый советский Форд, начат серийный выпуск Автокаров, Даешь советский Бьюик!» Это диктовалось не отсутствием патриотизма, а гордостью за нашу промышленность, что она может делать самую передовую технику Запада. Однако для производства легкового автомобиля высшего класса наша промышленность не могла целиком взять на себя, штампы для панелей кузова и лонжеронов, специальные станки со сложной оснасткой заказали в США, уплатив почти 1,5 мл. долларов (по тем ценам). В итоге появился ЗИС-101 с кузовом лимузин (серийно — с 1937 г.).

Сталин предложил сменить эмблему на радиаторе. В этой модели воплощено много нового: кузов типа лимузин с опускающейся стеклянной перегородкой позади переднего сиденья, отопитель, наружная откидывающаяся багажная решетка, люк для доступа в багажник, радиоприемники (для части машин), 8-цилиндровый двигатель, каркас кузова частично из бука, но тщательно подогнан и не скрипит (в ЗИС-101А — цельнометаллический), комфортабельное оборудование, скорость до 120 км/ч. На



ЗИС-101



КИМ-10



ГАЗ-М1

базе этой модели выпускались машины «Скорой помощи».

Появилась необходимость выпуска малолитражных автомобилей, в итоге появился завод КИМ, ранее бывший филиалом ГАЗа. За рубежом в это время малолитражки получили большое распространение. Они были нестандартны, на основе известных схем типа Форд. Сталин забракковал первую модель из-за неудобства 2-дверного кузова (хотя он был экономичнее). Появился КИМ 10-52.

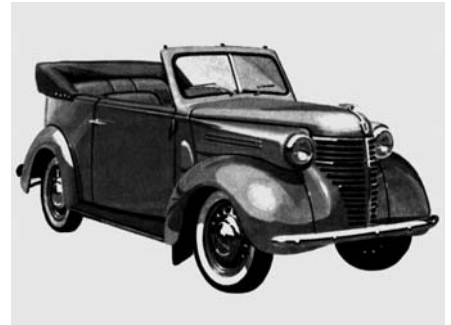
Так к 1941 г. наша промышленность выпускала 3 базовые легковые модели: ГАЗ-М1 (как служебные и такси), ЗИС-101А, КИМ-10.

Тогда еще не было сети СТО, бензозаправки были малочисленны, наши автомобили отставали по сравнению с зарубежными по мощности, экономичности, комфортабельности, техническим решениям.

С началом войны автомобильная промышленность ориентирована на обес-



ЗИС-101 а («Скорая помощь»)



КИМ 10-51



ЗИС-110

печение обороны. Хорошо была освоена технология поточного производства, даже сложные легкие танки собирались на конвейере. Многие заводы были эвакуированы. Разработки автомобилей и боевой техники в годы войны получили высокую оценку Сталина. Заводы ГАЗ и ЗИС удостоивались высоких наград.

После войны целый ряд заводов (БМВ, Опель и др.) находились на территории завоеванной Германии, но их конструкторские разработки не были использованы у нас, а использовалось их оборудование. Для нас выпускались автомобили БМВ-321 и БМВ-340 в счет репараций.

Развитие промышленности было замедлено из-за разрухи. Закупки стали и станков в США прекратились в годы «холодной войны», стали сооружать свои.

Освоили выпуск 5 моделей:

ЗИС-110 — большой представительский автомобиль на 7 человек, си-

дня с набивкой из гагачьего пуха, радиоприемник, хорошая звуко- и теплоизоляция, эффективная система отопления — все это было только нашего производства (из-за холодной войны США перестали делать штампы для ЗИСа). Скорость до 140 км/ч, но очень большой расход топлива. Обслуживал высшие чины и служил как такси. На его базе выпущен ЗИС-115 с бронированным кузовом.

«Победа» ГАЗ-20 — (Липгарт А.А.) оригинальная форма кузова создавала аэродинамику, обтекаемый дизайн был в моде тех лет (передние и задние крылья слиты в общую форму, нет подножек, шире салон без увеличения габаритов) — вслед за нашими (1944 г.) это использовали американцы в «Кайзере», англичане (1948 г.), чехи (1948 г.). Это была первая отечественная серийная машина с несущим кузовом. Дизайнер — Самойлов Г.В.. Это был пионер мирового автомобилестроения. Из-за ряда недоработок спешно разработан автомобиль ГАЗ-20В (1949 г.) — прочная конструкция призвана вынести все условия нашего климата, но недостаточна мощность.

КИМ переименован в МЗМА (Московский завод малолитражных автомобилей) в 19 стал выпускать «Москвич» 400. Конструкция идентична «Опелю-Кадету» К38 с несущим кузовом, но был ряд недоработок (стеклоочиститель работал от двигателя, при снегопаде машина шла медленно, а снегоочиститель не справлялся с работой и др.). Но это были первые массовые автомобили, которые продавались для индивидуального пользования. Он был гораздо дешевле Победы, легче, экономичнее.

ГАЗ-12 — госзаказ на 6-местную машину служебного пользования — (Липгарт А.А.) — за 29 мес.(1950 г.) прошли путь от замысла до промышленной партии. Липгарт отказался от копирования Бьюика из-за его тяжести и неэкономичности. Машина получила высокую оценку, ее конструкторы — Госпремию. Перешли на меньшие колеса, высокий уровень комфорта (система отопления с подводом тепла к задним сиденьям, 3-диапазонный радиоприемник, переключатель указателей поворота с автоматическим сбросом,



ГАЗ-20



ГАЗ-20В



ГАЗ-12



«Москвич» 400



НАМИ-013

сом, сигналы ручного тормоза и температуры охлаждающей жидкости. Несмотря на успех, Липгарт был освобожден от должности главного конструктора ГАЗа, стал рядовым конструктором. 5-кратный лауреат Госпремий «разоблачен» бывшим соратником инженером Крещуком. Потом его оправдали, он возвратился к работе, вел преподавательскую деятельность. Умер в 1980 г. в 81 год. Он был самым ярким представителем отечественной школы конструирования автомобилей, воспитал немало специалистов.

НАМИ-013 — экспериментальная конструкция — резко выделяется по решению из традиционных автомобилей — выгодная аэродинамическая форма, несущий кузов, бездисковые колеса; для 1953 г. непривычными были двери, заходящие на крышу, смелые пропорции кузова, раздвижные стекла. В целом конструкция — прорыв в автомобилестроении, новые

идеи. Хотя она не была освоена, существовала в 1 экземпляре, английский журнал «Мотор» отмечал, что «серийные модели русских автомобильных заводов до сих пор по конструкции были весьма консервативны, но НАМИ-013 — пример передового технического мышления». На ее базе был создан новый дизайн для Победы — Победа-Нами 1948 г., но не внедрен.

Т.о. дизайн в эпоху 30–50 гг. XX в. был условным, главная цель — обеспечить серийный выпуск, а о продаваемости речь не шла. Но отдельные образцы дизайна все же заслуживают внимания.

Мария Щедрина

Литература:

Воронов Н. Реальный дизайн предвоенных лет// Дизайн: сб. научных трудов, вып. 4. — М., 19. — С. 64–83

Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. — М.: Галарт, 1995. — 424 с.

С ЧЕГО НАЧАТЬ И КАК ПОВЕСТИ ПРОЕКТ, ЧТОБЫ НЕ БЫЛО ПОТОМ МУЧИТЕЛЬНО БОЛЬНО...

Что же надо знать, чтобы проект удался? Обо всем по порядку.

Как известно, каждая дизайн-школа имеет свою методику обучения системному проектированию. Представляю некоторые положения Методики проектирования, согласно которой я обучался в ННГАСУ на факультете промышленного дизайна. Ясно, что знания одной методики мало, нужно еще, как минимум, трудолюбие. Ну и, естественно, художественные наклонности.

С чего начинается проектирование? Конечно, с плана действий. Изучим на конкретном примере. Я проектирую яхту (суда — моя слабость).

Итак, проект яхты.

Вот примерный план работы дизайнера, получившего ТЗ (техническое задание) на проект маломерного судна класса М — до 40 м типа река–море.

План

1. Анализ развития маломерного флота.

1.1 Историческое развитие.

1.2 Общие сведения, классификация.

1.3 Ретроспектива.

2. Анализ современного состояния проблемы.

2.1 Аналоги.

2.2 Рыночные условия.

2.3 Конструкция, конструктивные материалы и их свойства.

2.4 Характеристика структуры производства.

2.5 Исследование формообразующих предпосылок.

3. Выбор дизайн-концепции.

4. Художественно-конструкторский проект.

4.1 Техническая характеристика выбранных узлов и агрегатов.

4.2 Описание компоновочного решения.

4.3 Показатели выбранного художественно-конструкторского решения.

4.4 Описание применения разрабатываемого изделия.

Естественно, в процессе работы изучается соответствующая литература.

В качестве примера я взял объект яхты. Также, как к яхте, эту методику проектирования можно применить к любому другому проекту, будь то промышленный или графический дизайн. Эта методика отражает основные правила системного проектирования, что делает ее универсальной. Теперь, когда у нас есть план, начинаем проектировать по формуле «человек-вещь-среда», когда

учитываются особенности взаимного сосуществования проектируемого предмета, его «хозяина» и среды обитания. Я пропущу подготовительные пункты плана и начну анализ непосредственно с этапа выбора дизайн-концепции.

Выбор дизайн-концепции

Начинаем искать образ будущего изделия. Образ должен соответствовать назначению предмета, т.е. учитывать специфику материала, который предусматривается для изделия, учитывать взаимодействие изделия с предполагаемой окружающей средой (в данном конкретном случае форма должна быть гидродинамичной, конструктивно прочной, быть устойчивой к обрастанию, коррозии + предполагать наличие спасательных средств и эргономичную жилую зону при соблюдении стандартов судостроения и т.д.). Исходя из таких соображений, создаем композицию изделия, где идем от целого к частному — это обязательно!

Начинаем с формирования визуальной массы судна. Визуальная масса характеризует силу воздействия элементов изображения на сетчатку глаза. Главный элемент композиции должен обладать (в данном случае, но не всегда) максимальной визуальной массой. Тут вступают в силу законы ассоциативной композиции — форма предмета ни в коем случае не должна напоминать что-либо конкретное. Абстракция — вот признак стиля и стильности в современном дизайне, да и всегда так было.

Современное формообразование тяготеет к использованию идеально выверенных геометрических поверхностей природных кристаллов, соединенных плавными скульптурными переходами. Я называю этот принцип кристаллическим. Все поверхности, образующие любые изделия, подразделяются на поверхности 1-го порядка (плоская), 2-го



порядка (имеющая изгиб в одной координатной плоскости) и 3-го порядка (например шар). Сложность формы яхты предусматривает применение поверхности 3-го порядка, при том что корпус изготавливается из стеклопластика. Можно, конечно, обойтись поверхностями 2-го порядка и сделать яхту металлической (так проще и дешевле изготовить на наших судостроительных заводах), но тогда она будет скорее напоминать патрульный катер.

Независимо от материала форма яхты должна быть динамичной. Определяем динамику композиции. Нужна ли она, или предусмотреть форму яхты статичной. Конечно, НУЖНА, ведь судно по природе своей рассчитано на перемещение в динамичной, постоянно меняющейся среде, перемещение в пространстве относительно других предметов, рассчитано на скорость, а следовательно, форма его должна подчиняться еще и законам аэродинамики. Вообще, любые элементы следует рассматривать, как силы сжатия и растяжения, направленные по визуальным осям. Степень динамичности элемента характеризуется устремленностью визуальной массы по одной из осей x , y , z . Следовательно, степень динамичности равна отношению длины к высоте или ширине. Величина степени динамичности достигает экстремальных значений в направлениях действий сил сжатия-растяжения. Например, на вершинах треугольника. *(Бытует мнение, что все тела, и живые в том числе, имеют так называемую точку сборки, вокруг которой атомы расположены по динамическим осям в строгом соответствии, определяющем конкретную форму).* И если эта точка сборки нестабильна, то предмет может изменять степень динамики своих частей, т. е. просто менять форму. Возможно, так возникли оборотни. Но у нас дело посерьезнее — мы проектируем яхту. Направление, по которому степень динамики максимальна — главная динамическая ось. Динамическая ось всегда проходит через центр визуальной массы объекта. Точка пересечения динамических осей — композиционный узел. Порядок (значимость) композиционного узла определяется количеством пересекающихся в нем динамических осей. *(Композиционные узлы и визу-*

альные связи между ними определяют предмет, его форму, где динамическая ось — биссектриса угла, образованного связями, соединяющими узлы.) Динамика всегда направлена от элементов с большой визуальной массой к элементам с меньшей визуальной массой или от соответствующих частей в одном элементе. Итак, динамика нашей яхты направлена прямо по курсу, а форма должна динамику подчеркивать.

Я не буду приводить здесь иллюстрации, просто перейдите на страничку «Формообразование, тенденции развития» на моем сайте.

Уделим внимание форме, т.к. 85% общения с миром человек получает через зрение, когда на слух отпущено природой 14%, а на все остальные органы чувств 1% общения.

А отсюда и стратегия зрительного восприятия, согласно которой все предметы и графика делятся на классы согласно своим размерам.

Стратегия 1-го уровня

Это единичные предметы, подразделяющиеся на классы, исходя из своих размеров.

Класс А — предметы, габариты которых лежат в пределах от 0,1 до 1 мм (ниже класса А человек не видит). Это текстуры, фактуры.

Класс В — размеры от 1 до 10 мм — это буквы, цифры, винты.

Класс С — габаритные размеры от 10 до 100 мм — это кнопки, ручки, надписи.

Класс D — от 100 до 1000 мм — это шкафы, например.

Класс E — от 1 до 10 м — это стены, окна, станки.

Класс F — от 10 до 100 м — это экстерьер зданий и сооружений.

Класс G — от 100 до 1000 м — это ландшафт (сады, плотины).

Человек не способен видеть композиции 2-х уровней одновременно: они обладают визуальной автономией. Но признаки плавно изменяются от одного уровня к другому, от высшего (целого) к низшему (частному). Например, корпус яхты -> суперграфика на корпусе яхты -> иллюминатор, расположенный в границах суперграфики. Поэтому в ходе нашего проекта, переходя от определения целой формы к определению-

разбивке (что не особо желательно, но необходимо и обуславливается уровнем развития нашей промышленности), надо следить за тем, чтобы все элементы не только оставались в своих классах, но и были упорядочены (об этом ниже). Это поможет предотвратить раздробленность формы как целого и не даст сломать композицию форм и их частей.

Стратегия 2-го уровня

Это группирование элементов. Зрительная система группирует элементы, объединяя их по их признакам. По форме, цвету, ориентации, размеру, местоположению. Элементы, обладающие одинаковыми или максимально схожими признаками, составляют визуальную группу. Подчеркиваем динамику формы яхты группой равнонаправленных (с равнонаправленной динамикой) частей формы яхты (корпуса, надстройки — это главные большие части, составляющие форму, не считая мачты и летящего мостика, если он есть). Создать целостность поможет также использование гармоничной цветовой гаммы.

Стратегия 3-го уровня

Это переключение внимания от элементов с большей визуальной массой к элементам с меньшей визуальной массой. И эту особенность зрительного восприятия тоже следует использовать для выявления целостности формы — большая масса должна подчинять меньшую, не давая ей доминировать на своем фоне, когда нарушается силуэтность, и мы не видим целого. Но меньшие элементы должны оживлять форму, выделяясь, но не выскакивая. Согласитесь, что медные кнехты весело смотрятся на стеклопластиковом привальном брусе.

Стратегия 4-го уровня

Это переключение внимания слева направо, сверху вниз, от себя вдаль. Это происходит при первом знакомстве с предметом, когда не замечаются детали, а воспринимается весь образ. Здесь важно придать яхте тектоничность — зримое отражение в форме работы материалов и конструкций. К тому же тектоника является основой композиции. Чтобы не было впечатления, что какая-

то часть не на своем месте, сделана из неподходящего для нее материала или неправильно сконструирована.

Стратегия 5-го уровня

Это движение взгляда человека по динамическим осям. Когда оценивается динамика формы и соответствие динамики назначению предмета.

Стратегия 6-го уровня

Это фиксация внимания человека в композиционных центрах. Весь предмет увидели, зафиксировали, разглядели, теперь составляется его оценка. Доля секунды.... и мы оценили предмет в соответствии с нашим вкусом. Глаз человека асимметричен: мы видим больше слева, чем справа и сверху, чем снизу. Верхняя часть любой композиции — главная, нижняя — второстепенная, левая часть главнее правой. (Соблюдение этих правил очень хорошо заметно в шрифте). Это правило тоже можно применить в проектировании корпуса и надстройки.

Правила компоновки

1. Компоновка должна вестись на основе модульной координатной сетки.
2. Элементы композиции размещаются в узлах модульной координатной сетки.
3. Визуальные группы элементов должны иметь простую геометрическую форму (прямоугольник, круг и т.д.).

4. Элементы и группы элементов не должны иметь разнонаправленные динамические оси.

5. Элементы, одинаковые по форме, цвету, ориентации, местоположению, размерам, надо размещать на ортогональных горизонталях и вертикалях.

Что касается динамики, то с ней мы определились. Мы имеем общую динамичную форму с определенными композиционными приоритетами, т.е. цельную композицию. В идеале, так бы все и оставить, но мы делаем не скульптуру и не модель, а настоящее изделие, которое потом кто-то будет собирать на производстве.

А поскольку нет у нас пока массовых технологий, позволяющих делать цельные дешевые объемы, придется разбивать объем на части. Вот когда нам пригодится понятие визуальной группы. Декомпозиция — разложение композиции на визуальные группы, где визуальная группа — это группа элементов, обладающих одинаковыми признаками (форма или размер, или цвет, или все вместе). Теперь главное — соблюсти цельность композиции в корпусе и надстройке (именно на эти главные части мы делим форму яхты), т.е. присвоить элементам визуальных групп одинаковые признаки. В результате чего наша форма не будет визуальнo разваливаться.

Как вы заметили, при проектировании я всегда иду от целого к частному.

И теперь, когда определены визуальные группы частей формы, пора навести порядок в этих визуальных группах путем соподчинения элементов групп.

Соподчинение элементов производится различными способами.

1. Путем размещения относительно друг друга.
2. Путем размещения элементов в композиционных центрах (на пересечении визуальных осей).
3. Путем доминирования элементов с большей массой над элементами с меньшей массой.
4. Путем заключения групп элементов в границы (графические — обводка, объемные — выпуклость, вогнутость, бороздка и т.д.).
5. Путем выделения цветом (цветовые группы).

Но недостаточно конструктивно или графически собрать элементы, их надо еще упорядочить. Все эти меры позволяют сохранить лаконичность композиции.

Упорядоченность элементов

1. Второстепенные элементы композиции должны лежать на динамических осях главных по отношению к ним элементов.
2. Динамические оси композиции должны быть параллельны, перпендикулярны или размещаться по ясно выраженный закону.

На мой взгляд, самая лучшая структура — это структура, имеющая в основе композиции крест, самый сильный и выразительный композиционный центр. В этом случае композиция наиболее устойчивая. Но крест имеет один недостаток: он однозначно является доминантой (самой выразительной частью композиции), и главным композиционным центром, т.е. подавляет все другие построения визуальных осей. Если вы хотите этого избежать, нужно использовать крест многократно, тогда он перестает доминировать, т.к. когда в композиции множество равнозначных доминант, они автоматически переходят в разряд раппортного поля (фоновый узор, не главного элемента по определению). Ярким примером этого служат обык-



новенные лапти, где сочетаются выразительность фактуры переплетения волокон с текстурой дерева, а доминантой является углубление для стопы, ограниченное от поверхности ободком.

Вообще, народные ремесла — это отдельная тема, этот так называемый «народный дизайн» может многому научить. Я уже не говорю, что это самый эргономичный, самый жизненный и душевный дизайн. Всех этих качеств, к сожалению, не хватает промышленному дизайну.

Но вернемся к нашим баранам. Целостность и тектоника — основа композиции. Как же еще достигается целостность?

Во-первых, сокращением количества визуальных групп, где уместно правило: «если можешь — убери, оставь только то, что работает на вещь».

Во-вторых, путем выравнивания композиционных центров элементов по осям x , y .

И, в-третьих, путем наложения-пересечения или сближения контуров элементов. Это не значит, что, чем кучнее, тем лучше. Тут надо знать меру и руководствоваться или глазомером (что предпочтительнее, по крайней мере, для меня) или принципом золотого сечения. С давних пор золотое сечение известно нам, как идеальный модуль составления пропорций предмета. Возможно, по теории оно так и есть, но, опираясь на опыт своей проектной деятельности, я предпочитаю для себя в выборе пропорций предмета наряду с условиями ТЗ руководствоваться своим глазомером. Я даже провел эксперимент, когда одну и ту же форму проектировал, основываясь на золотом сечении и полагаясь только на свой глазомер. Вариант с глазомером удался лучше.

А теперь формула золотого сечения.

Отношение $a : b = 0.618$.

Можно пользоваться положением, что целое так относится к большей части, как большая часть относится к меньшей. Но сам я не сторонник всех этих измерений. Возможно, они необходимы в космической промышленности, автомобилестроении, но чего не знаю, того не знаю. Параметрический синтез.

Модульная система для координат линейных, угловых и цветовых параметров:

	арифметическая прогрессия					
	5	10	15	20	25	30
геометрическая прогрессия	10	20	30	40	50	60
	20	40	60	80	100	120
	40	80	120	160	200	240
	80	160	240	320	400	480
диагональные отношения дают золотое сечение						

Итак, теперь известны размеры, которые следует использовать. Но это не все... Опускаемся еще ниже по иерархической лестнице элементов композиции. Когда мы определились с пропорциями компонентов, настало время скоординировать их в своих классах. Используем для этого модульную координацию. За модуль принимается значимый элемент формы с минимальными габаритными размерами или абстрактная величина, но при этом необходимо использовать модульную сетку, где величина ячейки составляет эту самую абстрактную величину. Модуль может выполнять свои функции как в своем классе, так и применительно ко всем частям композиции. Например, иллюминатор корабля. Параметры, составляющие какой-нибудь иерархический уровень композиции, должны быть кратными выбранному для этого уровня модулю. Например, высота надстройки яхты, отмеряющаяся от главной палубы, должна быть кратной высоте иллюминатора, расположенного на надстройке. Но это корректируется условиями максимально разрешенной площади иллюминатора и прочностными характеристиками всего корпуса. Вот мы и разобрались с основными пунктами методики системного проектирования для дизайн-концепции (эскизного варианта). Дальше начинаем улучшать форму и композицию, а для этого понадобятся некоторые дополнительные пункты методики системного проектирования.

Немного теории

При наличии конструктивных ограничений ТЗ допускается использовать различные некрatные друг другу модули для координации:

1. линейных параметров элементов уровня-класса. Координируемые элементы могут находиться в различных плоскостях, быть сориентированными в различных направлениях, иметь разные формы и цвета;

2. для координации коэффициентов отражения поверхности элементов, лежащих в разных плоскостях, сориентированных в различных направлениях, имеющих разные формы и цвета;

3. для координации угловых параметров элементов в различных плоскостях различных форм, размеров, цвета.

При проведении модульной координации внутри визуальных групп необходимо следить за тем, чтобы в пропорциональных сочетаниях прослеживалась одна и та же гармоничная тема. Например, если в более крупных сочетаниях размеров, выбранных из одного какого-либо модульного ряда или из разных модульных рядов, принята тема удвоения или деления пополам, то она должна прослеживаться и в сочетаниях размеров, кратных более мелкому модулю. Не должно нарушаться подобие в структуре крупных и мелких членений, чтобы сочетания членов рядов, образованных более крупными модулями, последовательно включали в себя сочетания размеров из рядов, кратных более мелкому модулю.

При наличии конструктивных ограничений допускается координация параметров лишь:

1. главного и основных элементов композиции визуальной группы или только главного;

2. ключевого элемента композиции элементов, расположенных слева и сверху, внутри контура визуальной группы;

3. силуэта визуальной группы.

Внутри контура элемента должны подвергаться модульной координации:

1. параметры, близкие по числовым значениям;

2. параметры силуэта элемента;

3. параметры частей, расположенных слева и сверху от центра тяжести элемента;

4. параметры ребер, примыкающих к композиционному центру высокого порядка (образованного пересечением 5 или большим количеством визуальных осей).

Любая композиция строится на соотношении признаков. На тождествах, контрастах, нюансах. Они проявляются

в отношении к форме, ориентации, местоположению, цвету, материалу, светоотражающей способности и т.д. Соотношение признаков придает композиции внутреннюю динамику. Важно, чтобы она не диссонировала с основной динамикой формы. Возьмем за основу модуль. Соотношение двух или нескольких равных по всем параметрам модулей — тождество, единство элементов композиции. Такое соотношение порождает скучную симметрию или строгое подобие, что тоже скучно.

Ритм и нюанс — вот что вносит остроту в композицию. Ритм — течение, плавное изменение 5-и порядков.

Ритм 1-го порядка, где меняется признак одной модальности, например так (А.А...А...А...А...А).

Ритм 2-го порядка, где меняются признаки 2-х модальностей, например (А.А...А).

Ритм 3-го порядка, где меняется три признака (А.А...А).

Ритм 4-го порядка, где меняются расстояние между объектами, размер объектов, их цвет, их форма.

Ритм 5-го порядка, когда меняются интервал, форма, цвет, размер, ориентация.

Это не значит, что все вышеперечисленные положения должны быть применены к объекту обязательно. Все зависит от сложности объекта. Правильно пользуясь законами системного проектирования, можно добиться хороших результатов при наличии самой идеи. А что делать, если ну никак ничего не придумывается.

Приведу несколько примеров методик мышления для решения изобретательских задач.

Методы психологической активации творческого мышления

Мозговая атака

На решение задачи отводится 2-4 часа, при этом, чем фантастичнее предложенная идея, тем лучше. Правило — невозможного нет. Любая критика недопустима. Все идеи зарисовываются в виде набросков (форма клаузуры). Используются приемы инверсии — сделать наоборот, аналогии — так как в другом решении, эмпатии — считать себя частью объекта и выявить все свои

чувства и ощущения, фантазии — сделать необыкновенное.

Метод контрольных вопросов по А. Осборну

Какое новое применение техническому объекту можно предложить, как модифицировать известные способы применения? Возможно ли решение изобретательской задачи путем вращения предмета, сокращения? Какие модификации возможны при изменении формы, цвета, размеров, местоположения, ориентации? Что можно присоединить, сменить, переменить, заменить? Что, если изменить материал, технологический процесс, источник энергии? Что можно преобразовать, поменять местами? Что можно перевернуть наоборот, перевести плюс в минус? Какие новые комбинации элементов возможны?

Вопросы по Эйлоарту

Перечислить все качества и определения объекта. Выделить главное, перечислить все недостатки, придумать фантастические аналоги, попробовать различные виды материалов и энергии. Узнать мнение непосвященных. Устроить групповое обсуждение. Попробовать национальные решения: хитрое шотландское, всеобъемлющее пекинское, расточительное американское, сложное китайское, глупое... Жить с проблемой, жить в стимулирующей обстановке (обклеить все стены яхтами). В воображении залезть внутрь механизма. Узнать, кто решил эту проблему и чего он добился.

Метод фантограмм

Таблица, где вертикаль — показатели, горизонталь — приемы и изменения показателей.

вертикаль:

1. вещество: химический состав, физическое состояние
2. микроструктура объекта (уровень 1,2,3)
3. направление развития
4. воспроизведение
5. надсистема (стул — интерьер)
6. энергопитание
7. способ передвижения
8. сфера распространения
9. уровень организации и управление
10. смысл существования (цель, назначение, функция)

горизонталь:

- а — увеличить, уменьшить
- б — объединить, разъединить
- в — сделать наоборот
- г — ускорить, замедлить
- д — сместить во времени вперед-назад
- е — отделить функцию от объекта
- ж — изменить связь между объектом и средой, включая замену среды
- з — изменить количественный показатель.

Десять принципов изменения показателей

1. Неология — использование процессов, конструкций, форм, материалов, новых для данной отрасли или новых вообще.
2. Адаптация — приспособление уже известных конструкций, процессов, форм.
3. Мультипликация — (умножение) умножение функций и деталей системы.
4. Дифференциация — разделение функций и элементов системы.
5. Интеграция — объединение, сокращение, упрощение функций и форм элементов.
6. Инверсия — перестановка.
7. Динамизация — параметры (высота, длина, площадь, свет) должны непрерывно меняться.
8. Аналогия — отыскивание и использование сходства, подобия элементов в целом различных.
9. Идеализация — представление идеального решения, от которого надо отталкиваться.
10. Импульсация — есть свойство — нет свойства.

Теперь, когда работа над формой близится к завершению, все нюансы выверены и все акценты расставлены, приступаем к оформлению подачи (планшеты, дискеты), делаем эргономическую схему (контакт человека с изделием), пишем пояснительную записку, готовим карту цветографического решения, ваяем на дискету суперграфику и начинаем основную работу — разрабатываем конструкторскую документацию на стадии технического проекта — эскизы, макеты, фотографии, проводим испытания.

Михаил Ключев

<http://expert.rosdesign.com/design/>

ДИЗАЙНЕРСКИЕ МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ

Требования, предъявляемые в программе Королевского колледжа искусств к изучению «Дизайна с большой буквы», сводятся к тому, чтобы были определены предмет изучения и методы его изучения, а также методы обнаружения специфичности предмета изучения. Авторы программы полагают, что существуют особые, дизайнерские пути познания, отличные от более известных — научных и гуманитарных, но предупреждают, что нельзя превращать дизайн в свалку для того, что упустили из виду наука и гуманитарная сфера. Дизайн должен иметь свою собственную, внутреннюю ценность, подобно науке и гуманитарной сфере, и эта ценность должна быть упрочена в поддающихся сравнению образовательных понятиях.

Существует ли специфика дизайнерской деятельности, отделившейся от научной и гуманитарной? В исследованиях по этому вопросу английского ученого Ловсона сравниваются, в частности, стратегии решения задач в дизайне и в науке. Автор придумал проблему, требующую компоновки 30 цветных блоков так, чтобы были удовлетворены определенные правила (некоторые из них не обнаруживались с самого начала), и предложил эту проблему аспирантам дизайнерских и научных институтов. Обе группы решали ее, прибегнув к разным стратегиям. Аспиранты-ученые в целом приняли стратегию систематического исследования возможных комбинаций блоков, с тем чтобы найти фундаментальное правило, которое позволит создать требуемую комбинацию. Аспиранты-дизайнеры склонялись к тому, чтобы предложить серию решений и, постепенно отвергая многие из них, найти то, которое отвечало бы предъявленным требованиям. Существенная разница между этими двумя стратегиями, комментирует Ловсон, состоит в том, что в то время как аспиранты-ученые концентрируют внимание на обнаружении правила, аспиранты-дизайнеры одержимы идеей получить желаемый результат. Первые приняли в целом стратегию, сконцентрированную вокруг проблемы, вторые — стратегию, сконцентрированную вокруг решения. Хотя подход дизайнеров может быть использо-

ван без того, чтобы исследовать полный ряд приемлемых решений, в действительности он открыл и кое-что относительно правила, управляющего допустимой комбинацией блоков. Другими словами, изучение природы проблемы было для дизайнеров результатом поисков решения, тогда как ученые ставили своей целью именно изучение самой природы проблемы. Эти эксперименты показывают, что ученые решают проблему с помощью аналитических методов, а дизайнеры — с помощью методов синтетических.

Ловсон повторил эксперимент со студентами дизайнерского вуза первого года обучения и учащимися 6-х классов обычной школы и обнаружил, что они не различаются по стратегии решения проблемы на «дизайнеров» и «недизайнеров», — эксперимент не показал существенной разницы между ними. Это обстоятельство заставляет предположить, что дизайнеры научаются применять свою стратегию (сфокусированную вокруг решения), вероятно, в результате того образования, которое они получают.

Спецификой дизайна, таким образом, является расчет на возможно быстрое отыскание удовлетворительного решения, а не на длительный анализ проблемы. Можно сказать, что это скорее процесс «удовлетворения», нежели «оптимизации», это попытка создать ряд удовлетворительных решений, а не одно — гипотетически оптимальное. Той же стратегии придерживались профессионалы, усвоившие нормы дизайнерского поведения, — архитекторы, специалисты по городскому дизайну, инженеры.

Изложенное о методах дизайнерского познания свидетельствует о специфической сущности задач и проблем, которые должны быть решены дизайнером. Дизайнер стремится дать практический результат в пределах определенного временного промежутка, тогда как ученый или гуманитарий могут, и часто именно это от них и ожидается, откладывать свои суждения и решения до тех пор, пока не накопится больше данных, и почти всегда приходят к «обоснованному выводу», что «требуются дальнейшие исследования».

Широко признано, что проблемы, с которыми имеет дело дизайнер, являются плохо сформулированными, плохо структурированными и вообще «ущербными». Это совсем не те загадки, которые ставят перед собой для отгадывания ученые, математики и гуманитарии. Это также не те проблемы, для решения которых имеется в наличии вся необходимая информация или есть надежда на ее получение. Поэтому проблемы этого типа не поддаются исчерпывающему анализу, и нельзя гарантировать, что для них могут быть найдены «оптимальные решения». В таком контексте стратегия, сосредоточенная на решении, конечно, предпочтительнее стратегии, сосредоточенной на проблеме. Только в терминах предполагаемого решения проблема может быть заключена в поддающиеся контролю пределы. Дизайнер, следовательно, стремится отыскать первичную модель-идею, которая позволит обозначить пределы проблемы и одновременно сделать предположение о природе возможного решения.

Чтобы справиться с плохо сформулированной проблемой, дизайнер должен иметь достаточно смелости для определения, переопределения и изменения ее в свете того решения, которое он создает с помощью головы и рук. Этой смелости также надо учиться. Известный методолог дизайна К. Джонс заметил как-то, что изменение проблемы для того, чтобы найти решение, относится к самому ответственному и трудному моменту дизайнерской деятельности, и подчеркнул, что дизайн нельзя смешивать ни с искусством, ни с наукой, в частности с математикой.

Опасения в неправильном истолковании специфической природы дизайнерской деятельности стали общим местом и в теоретических рассуждениях о дизайне. Многие методологи особенно боятся смешивать ее с научной деятельностью: «Научный метод является моделью поведения, связанного с поисками решения проблемы и используемого для обнаружения природы того, что существует, тогда как дизайнерский метод есть модель поведения, используемого для изобретения имеющих ценность предметов, которые преж-

де не существовали. Наука аналитична, дизайн конструктивен»; «Естественные науки имеют дело с вещами, как они есть; дизайн, напротив, имеет дело с вещами, как они должны быть»; «Основывать теорию дизайна на не соответствующих ему парадигмах логики и науки — значит допускать грубую ошибку. Логика заинтересована в абстрактных формах. Наука исследует существующие формы. Дизайн кладет начало новым формам». В приведенных выдержках подчеркивается конструктивная, творческая природа дизайнерской деятельности, которая является скорее процессом синтеза моделей, чем процессом их осознания. Решение просто скрывается среди наличных данных, оно должно быть сконструировано как результат активности самого дизайнера.

Любопытно в этой связи наблюдение Левина, относящееся к деятельности специалистов по городскому дизайну: «Дизайнер знает, сознательно или бессознательно, что для того, чтобы получить уникальное решение, он должен добавить к уже имеющейся информации некоторые ингредиенты. Само по себе такое знание, разумеется, недостаточно. Дизайнер должен найти самый нужный ингредиент, он использует свою силу предвидения и оригинальность мысли для того, чтобы его получить. Что это за ингредиент? Во многих, если не в большинстве случаев это — упорядочивающий принцип. Преобладание геометрических моделей, которые обнаруживаются во многих городских планах и во многих работах градостроительного профиля, наглядно демонстрирует указанное обстоятельство». Конечно, не только городской дизайн, но и многие другие области дизайна свидетельствуют о преобладании геометрических моделей. Здесь важно, что модель или какой-то иной «упорядочивающий принцип», по видимому, и должны быть использованы для того, чтобы решение стало возможным.

Это конструирование модели американский методолог дизайна К. Александер считает сутью дизайнерской деятельности и вводит для его обозначения понятия «конструктивные диаграммы», «язык моделей». Дизайнер учится думать в подобных 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).

Итак, дизайнерские пути познания воплощены в кодах. Детали кодов варьируют от одной дизайнерской специализации к другой, но, возможно, имеется глубокая структура дизайнерских кодов. Мы не знаем этого до тех пор, пока не будут достигнуты большие, чем сейчас, результаты в облечении этих кодов в конкретные формы.

То, что дизайнеры знают о своем способе решения проблем, еще не нашло адекватного выражения в понятиях, — это по большей части «молчаливое» знание; они знают этот процесс так же, как умелый ремесленник знает, как он делает свое дело. Разумеется, облечение профессионального знания во внешнюю форму обнаруживает трудности, и потому дизайнерское образование вынуждено так прочно опираться на систему ученичества. По отношению к практикующим дизайнерам их неумение артикулировать собственное искусство, может быть, и терпимо, во всяком случае — понятно, но учителя дизайна обязаны уметь разъяснять настолько, насколько это возможно, чему они хотят научить, иначе они утратят почву для выбора содержания обучения и его методов.

До сих пор речь шла о дизайнерских методах познания, которые реализуются в процессе дизайнерской деятельности. Но другая, не менее важная, область знания об этой специфике заключена в предметах, производимых дизайном.

Материальная культура содержит в себе громадное богатство знаний. Если вы хотите знать, как предмет должен быть спроектирован, то есть, какова должна быть его форма, размеры, из какого материала он должен быть сделан, взгляните на существующие образцы этого типа предметов и просто скопируйте (изучите) образец, принадлежащий прошлому. Именно протодизайн так успешно способствовал созданию материальной культуры ремесленного общества: ремесленник просто копировал дизайн вещей с предыдущих образцов. И Джонс, и Александер не уставали подчеркивать, что бессознательные процессы ремесленного дизайнера давали в результате поразительно благородные, прекрасные и соответствующие своему назначению вещи. Очень простой процесс может действительно породить очень сложные вещи.

Предметы выступают формой знания относительно того, как удовлетворяются определенные требования и как решаются определенные задачи. Они также выступают формой знания о том, что пользуется спросом у каждого: не нужно иметь сведений из области механики, металлур-

гии или молекулярной структуры строительного леса, чтобы понять, что топор является собой (или объясняет) очень эффективное средство рубки леса. Конечно, эксплицированные знания о предметах и о том, какова их функция, приносят пользу и иногда ведут к существенным улучшениям в их дизайне. Но в целом изобретение опережает теорию, сфера творчества и исполнения, как правило, опережает сферу понимания — технология ведет к науке, а не наоборот, как часто полагают. Дизайнеры обладают способностью одновременно «читать» и «писать» в материальной культуре: они понимают, что говорит предмет, и могут создать новые предметы, которые воплощают в себе новые сообщения.

На важность этой двойной связи между людьми и миром материальных благ — обращают внимание Г. Дуглас и Д. Шервуд. «В течение долгого времени, — пишут они, — преобладало ограниченное понимание человеческого разума, которое только индукцию и дедукцию считало достойными считаться мышлением. Но существует более эффективный способ познания, при котором внимательно разглядывается местодействие и составляется представление о нем. Это способ, обеспечивающий мгновенный обзор всего процесса сопоставления, сравнения и классификации. Это не призыв к мистической, интуитивной способности ментальных ассоциаций. Метафорическое понимание, как и все другие способы, которые мы предлагаем использовать, есть работа аппроксимирующей оценки, шкалирования и сравнения одинаковых и различных элементов образов».

«Метафорическое понимание», пожалуй, самый подходящий термин для выражения специфики дизайнерского искусства, — искусства чтения мира материальных благ и образного перевода с языка конкретных предметов на язык абстрактных требований посредством кодов. Надо забыть, продолжают Дуглас и Шервуд, что предметы массового потребления предназначены для того, чтобы их есть, носить и с их помощью находить себе прибежище, забыть их полезность и вместо этого представить себе, что предметы массового потребления являются «предметами для мышления», относиться к ним как к «бессловесным медиумам человеческой творческой способности».

*В. Ф. Сидоренко,
статья из сборника «Дизайн
в общеобразовательной системе»*

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДО 2008 ГОДА (проект)

1. Цели и задачи Концепции

Основной целью настоящей Концепции является развитие дизайна как проектной художественно-технологической деятельности по формированию гармоничной предметно-пространственной, жилой, производственной, информационно-коммуникационной и социально-культурной среды, обеспечивающее повышение конкурентоспособности экономики и рост качества жизни населения.

Основными задачами развития дизайна являются:

1. Обеспечение эффективности использования дизайна как важного фактора повышения качества жизни населения, развития городской среды и сельских поселений, транспорта, социальной сферы, в т.ч. образования и здравоохранения.
2. Повышение эффективности применения дизайна как фактора обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг предприятий различных секторов экономики, в условиях повышения значимости уровня дизайна и эргономичности в оценке потребительских свойств выпускаемой продукции.
3. Содействие развитию предприятий сектора дизайна, с учетом роста вклада услуг по маркетингу и дизайну в структуре добавленной стоимости товаров как потребительского, так и производственного назначения.

2. Проблемы развития дизайна

Развитие дизайна в России сталкивается в настоящее время с рядом существенных препятствий. К ним относятся:

1. Недостаточность внимания, уделяемого дизайну при планировании и осуществлении градостроительной деятельности, негативно сказывающаяся на качестве жизни населения. Недоста-

Минпромразвития России пред- ставило на утверждение доку- мент, призванный стать регла- ментом взаимоотношений дизай- на и государства....

точное внимание вопросам дизайна при формировании заказа на приобретение продукции для государственных и муниципальных нужд, в социальной сфере, в т.ч. сфере образования и здравоохранения, в сфере транспорта.

2. Низкий уровень спроса на услуги дизайна на предприятиях, связанный в т.ч. с низкой осведомленностью о преимуществах и возможностях применения дизайна, устаревшим восприятием дизайна исключительно как средства художественного оформления выпускаемой продукции, без учета его инновационного потенциала.

3. Несоответствие требованиям рынка качества и содержания отечественного образования в области промышленного дизайна, включая среднее профессиональное и высшее образование, системы дополнительного образования, дефицит квалифицированных кадров.

4. Низкая вовлеченность большинства отечественных дизайнерских предприятий в мировой рынок дизайнерских услуг.

5. Ограниченность существующей в стране инфраструктуры продвижения и развития дизайна, являющейся в мире важным инструментом политики повышения конкурентоспособности экономики, инновационной политики и политики стимулирования развития малого предпринимательства.

3. Основные направления политики развития дизайна

Основными направлениями государственной политики развития дизай-

на на период до 2008 года должны стать:

1. Развитие средового дизайна городов и сельских поселений.
2. Совершенствование использования дизайна в социальной сфере (в т.ч. в образовании, здравоохранении, учреждениях культуры и спорта) и на транспорте.
3. Развитие системы национальных стандартов в области эргономики и дизайна и расширение практики использования данных стандартов при осуществлении закупок для государственных и муниципальных нужд.
4. Обеспечение роста осведомленности предприятий о возможностях повышения конкурентоспособности за счет эффективного использования дизайнерских решений (как путем закупки дизайнерских услуг на рынке, так и за счет организации дизайнерских служб внутри предприятий).
5. Повышение качества профессионального образования в сфере дизайна и развитие механизмов непрерывного образования. Предоставление поддержки исследованиям в сфере эргономики и дизайна.
6. Обеспечение поддержки использованию предприятиями различных секторов экономики услуг дизайна, развития малых и средних предприятий в сфере дизайна, в т.ч. через формирование инфраструктуры федеральных и региональных центров развития дизайна. Содействие выходу предприятий сферы дизайна на внешние рынки.
7. Содействие распространению лучшей практики деятельности региональных и местных органов власти по использованию возможностей дизайна. Развитие механизмов информационного обеспечения сферы дизайна и мониторинга деятельности в сфере дизайна.

4. Система мероприятий по реализации Концепции

4.1. Развитие средового дизайна городов и сельских поселений

Важным направлением повышения качества жизни населения является обеспечение развития благоприятной городской среды и среды сельских поселений.

В рамках данного направления будет осуществляться:

- разработка примерных нормативных правовых актов муниципальных образований, определяющих порядок разработки генеральных схем комплексного благоустройства городов и регламентов проведения работ по благоустройству территорий;

- разработка примерных нормативных правовых актов, методических рекомендаций и стандартов, связанных с определением требований к планированию городской и поселковой среды, в том числе по обеспечению возможности полноценной жизнедеятельности маломобильных групп населения, по учету в планировочной структуре функциональных элементов, обусловленных растущим уровнем автомобилизации, противопожарных планировочных требований и др.;

- разработка примерных нормативных правовых актов, методических рекомендаций и стандартов дизайна территорий, отдельных зданий и сооружений для обеспечения безопасности, в том числе снижения преступности и предотвращения вандализма, включая разработку соответствующих требований к проектированию парков, дворов, автостоянок, остановок общественного транспорта, территорий объектов социальной сферы, а также к освещенности улиц и пространств, прилегающих к общественным и жилым зданиям.;

- формирование системы распространения лучшей практики в сфере развития эстетики городской среды, проведение международных общероссийских и региональных симпозиумов, конференций, семинаров, специализированных выставок, организацию международных стажировок и т.п.;

- содействие реализации пилотных проектов в области комплексного бла-

гоустройства городской среды и сельских поселений.

4.2. Содействие эффективному использованию дизайна в социальной сфере и на транспорте

Повышение эффективности системы здравоохранения, образования, социального обслуживания, требует обеспечения комплексного использования дизайнерских решений.

1. Здравоохранение. Использование профессиональных методов дизайна и эргономики способствуют рациональному размещению и использованию медицинской техники, позволяет повысить гибкость использования процедурных помещений, снизить уровень распространения внутрибольничных инфекций и вероятность допущения врачебных ошибок; позволяет обеспечить повышение производительности труда для медицинского персонала и повышение комфорта для пациентов.

2. Образование. Формирование развивающей предметной среды, включающей совокупность игровых, мебельных, организационно-пространственных и других элементов, учебного оборудования и учебных пособий, отвечающих требованиям эргономики и дизайна, в детских дошкольных учреждениях, учреждениях начального, среднего и профессионального образования, содействует здоровому развитию детей и школьников, снижению уровня их заболеваемости, повышению успеваемости школьников и студентов.

3. Содействие интеграции инвалидов в социальную жизнь. Использование профессиональных средств и методов дизайна необходимо при развитии транспортной инфраструктуры, доступной для инвалидов, при формировании обучающей, развивающей и оздоравливающей среды для детей-инвалидов, включая оборудование для детей-инвалидов с нарушением двигательных функций (мебель, учебно-игровые места, игровые средства, различные приспособления). Исполь-

зование такого оборудования способствует их социальной адаптации и развитию.

4. Культура и спорт. Использование профессиональных методов эргономики и дизайна в учреждениях сферы культуры и спорта должно обеспечить рост эффективности их функционирования и повышение качества оказываемых ими услуг.

5. Транспорт. Совершенствование требований к проектированию транспортных средств, системам управления дорожным движением, визуальных коммуникаций на транспорте, являются важными условиями повышения эффективности и безопасности транспортных систем.

В целях расширения использования методов дизайна в решении задач инфраструктуры и социальной сферы необходимо обеспечить:

- формирование системы постоянно пополняемых каталогов (баз данных) дизайнерских решений для учреждений образования, здравоохранения, социальной поддержки инвалидов, в сфере транспорта, размещаемых в сети Интернет;

- формирование системы распространения лучшей практики использования дизайнерских решений в учреждениях социальной сферы и учреждениях управления транспортной инфраструктуры;

- включение дизайна и эргономики в процессы проектирования новых и реконструкции существующих объектов социальной сферы и транспортной инфраструктуры.

4.3. Развитие системы стандартов в сфере эргономики и дизайна

Важную роль в обеспечении учета требований эргономики и дизайна на предприятиях и в организациях социальной сферы должно обеспечить развитие системы стандартов в сфере эргономики и дизайна.

В этой связи необходимо обеспечить:

1. Утверждение на основе международных стандартов в сфере эргономики

и дизайна (разработанных в т.ч. Международной организацией по стандартизации, Европейской Комиссией по стандартизации, Международной электротехнической комиссией и Международной организацией труда) национальных стандартов в сфере эргономики и дизайна, включая стандарты, описывающие требования к характеристикам производимой продукции, а также требования к характеристикам системы управления качеством предприятий.

2. Разработку методических рекомендаций по использованию стандартов по эргономике и дизайну на транспорте и в социальной сфере, в т.ч. в образовании и здравоохранении.

4.4. Содействие эффективному использованию дизайна предприятиями и организациями

Одним из основных барьеров, сдерживающих развитие рынка дизайна, является недостаток знаний у руководителей предприятий о возможности достижения положительных результатов по повышению конкурентоспособности продукции и оптимизации производственных процессов, связанных с применением дизайна. Расширение спроса на услуги дизайна предполагает реализацию следующих мероприятий:

1. Обеспечение включения вопросов интеграции дизайна в производственные и управленческие процессы в учебные программы вузов по менеджменту.

2. Содействие повышению квалификации руководителей предприятий высшего и среднего звена в области интеграции дизайна в производственные и управленческие процессы, в т.ч. в рамках реализации программы подготовки управленческих кадров для отраслей народного хозяйства, а также образовательных программ создаваемых государством бизнес-школ.

3. Содействие прохождению предприятиями и организациями эргономической экспертизы процесса производства, позволяющей обеспечить снижение производственного травматизма и рост производительности труда.

4. Предоставление государственной поддержки в форме конкурсного софинансирования услуг по промышленному

дизайну при создании новых образцов инновационной промышленной продукции малыми предприятиями.

5. Проведение семинаров и конференций в субъектах Российской Федерации по эффективному использованию дизайна промышленными предприятиями, совместно с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации и общероссийскими объединениями предпринимателей, союзами дизайнеров.

6. Предоставление государственной поддержки в форме конкурсного предоставления грантов консультационным организациям в сфере дизайна — центрам развития дизайна, обеспечивающим:

— индивидуальное консультирование малых и средних предприятий, бюджетных организаций по вопросам применения дизайна, формирования на предприятиях-производителях целостной системы дизайн-проектирования, покрывающей весь цикл разработки и производства продукции: маркетинг, разработка (НИОКР), производство, продажа;

— организацию обучающих семинаров, конференций по применению и интеграции дизайна в производственные процессы предприятий и деятельность бюджетных организаций;

— содействие формированию информационного взаимодействия производителей и потребителей услуг в сфере дизайна через инициирование начальных контактов между ними, проведение совместных конференций, семинаров, выставок и т.д.;

— разработку и распространение, в том числе на веб-порталах, информационных и аналитических материалов о роли дизайна в современной экономике;

— популяризацию вопросов использования дизайна на предприятиях в прессе и электронных средствах массовой информации.

Статус центра развития дизайна должна иметь возможность получить организация любой организационно-правовой формы и любой формы собственности, предоставляющая информационные и консультационные услуги по развитию дизайна, персонал которой удовлетворяет установлен-

ным государством квалификационным требованиям.

Профильная деятельность центров развития дизайна может финансироваться из бюджетов различного уровня на конкурсной основе. Из средств федерального бюджета и бюджетов иных уровней предполагается также осуществлять софинансирование расходов малых предприятий на оплату консультационных услуг центров развития дизайна. Правительством Российской Федерации может быть установлен порядок аккредитации центров развития дизайна.

7. Обеспечение создания выставочного дизайн-центра для демонстрации на некоммерческой основе лучших достижений отечественного и зарубежного дизайна.

8. Обеспечение создания музея дизайна в целях демонстрации дизайнерских разработок на протяжении истории развития отечественного и мирового дизайна.

4.5. Совершенствование системы профессионального образования и научных исследований в области дизайна

Совершенствование системы профессионального и дополнительного образования в области дизайна должно обеспечить повышение качества доступных для отечественных предприятий дизайна кадровых ресурсов.

В области совершенствования образовательных требований в сфере дизайна основными мероприятиями должны стать:

1. Актуализация перечня квалификаций, специальностей и специализаций по направлению «Дизайн», соответствующая мировым тенденциям в профессиональном образовании и отвечающая потребностям рынка специалистов для высокотехнологичных производств, в рамках разработки нового перечня направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования.

В настоящее время в соответствии с классификатором направлений и специальностей высшего профессионального образования «Дизайн», включая

специализации «Промышленный дизайн» и «Дизайн транспортных средств», отнесена к группе специальностей «Культура и искусство». С учетом перехода к двухуровневой системе высшего образования, в разделе технических наук целесообразно обеспечить формирование отдельного направления «Промышленный дизайн», по которому будет осуществляться подготовка бакалавров и магистров.

2. Предоставление государственной поддержки для разработки новых профессиональных и образовательных стандартов, примерных учебных планов и программ учебных дисциплин учреждений профессионального образования (с использованием кредитно-модульного подхода), программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки в сфере дизайна, разработки модели профильного непрерывного профессионального образования (в т.ч. начального, среднего и высшего профессионального образования, аспирантуры, дополнительного образования) с привлечением объединений работодателей и союзов дизайнеров и с учетом содержания современных зарубежных образовательных программ в сфере дизайна.

3. Предоставление государственной поддержки для включения программ учебных дисциплин в сфере дизайна в образовательные стандарты подготовки специалистов широкого круга инженерных, управленческих и иных специальностей в рамках разработки новых государственных образовательных стандартов профессионального образования.

4. Проведение аттестации и общественной аккредитации учебных заведений и кафедр в области дизайна с привлечением объединений работодателей и союзов дизайнеров.

5. Привлечение объединений работодателей и союзов дизайнеров к аттестации выпускников учреждений профессионального образования, обучающихся по специальностям в сфере дизайна.

6. Привлечение объединений работодателей и союзов дизайнеров к общественной аккредитации программ дополнительного образования в сфере дизайна.

В области повышения качества подготовки специалистов основными мероприятиями должны стать:

1. Содействие созданию на базе ведущих вузов курсов переподготовки преподавателей в области дизайна.

2. Содействие проведению мастер-классов и семинаров на территории страны лучшими отечественными и зарубежными дизайнерами и сотрудниками лучших отечественных и зарубежных дизайн-компаний.

3. Содействие реализации вузами совместных с зарубежными университетами образовательных программ, в т.ч. предполагающих получение двух дипломов (российского и зарубежного).

4. Создание ресурсных центров для организации практической работы студентов (моделирование, материальное и виртуальное прототипирование и т.п.).

5. Создание информационной базы дизайн-образования за счет систематизации интернет-ресурсов.

6. Разработка (в том числе перевод зарубежных изданий с приобретением авторских прав) учебно-методических материалов образования в области дизайна.

7. Содействие организации стипендиальных и грантовых программ, поддерживающих обучение и стажировки студентов, молодых преподавателей и практикующих дизайнеров в лучших зарубежных университетах и на предприятиях сферы дизайна.

8. Конкурсная поддержка общеобразовательных учебных заведений с углубленным изучением дизайна и изобразительного искусства.

В целях поддержки проведения исследований в сфере дизайна и активизации инновационной деятельности основными мероприятиями должны стать:

1. Предоставление конкурсной поддержки лучшим вузам, ведущим прикладные исследования в сфере эргономики и дизайна, в формах выделения грантов, в т.ч. на институциональное развитие профильных кафедр (приобретение научной литературы, финансирование доступа к международным

базам данных, приобретение специализированного программного обеспечения), на проведение исследовательской деятельности, совершенствование образовательного процесса, организацию научного обмена с целью повышения квалификации профессорско-преподавательского состава и др.

2. Разработка методических материалов по содействию активизации инновационной деятельности подразделений вузов, осуществляющих подготовку кадров, а также ведущих исследовательскую и проектную деятельность в сфере дизайна.

3. Проведение исследований для отрасли дизайна. Предоставление на конкурсной основе грантов на проведение научных исследований по приоритетным направлениям эргономики и дизайна.

4.6. Содействие развитию предпринимательства и творческой деятельности в сфере дизайна

Основными направлениями содействия развитию субъектов малого предпринимательства в сфере дизайна должны стать:

1. Повышение эффективности обеспечения защиты интеллектуальной собственности в сфере промышленного дизайна, предполагающее внесение изменений в Патентный закон Российской Федерации в части упрощения процедуры получения патентов на промышленные образцы, совершенствования механизма определения объема правовой охраны, предоставляемой патентом на промышленный образец.

2. Предоставление софинансирования по оплате консультационных услуг, оказываемых предприятиям в сфере дизайна центрами развития дизайна (в т.ч. по вопросам, связанным с выходом на внешние рынки, поиском партнеров, патентной защите и др.).

3. Включение дизайна в перечень видов деятельности, позволяющих предприятиям претендовать на статус резидентов финансируемых государством технопарков, а также претендовать в

приоритетном порядке на софинансирование расходов по выходу на внешние рынки в рамках реализации мер государственной поддержки субъектов малого предпринимательства.

4. Предоставление софинансирования расходов, связанных с участием российских организаций в работе зарубежных конференций и выставок в сфере дизайна.

5. Содействие разработке и поддержанию интернет-портала с базой данных по отечественным предприятиям, работающим в сфере дизайна, иной информацией, необходимой для поиска потенциальных партнеров и установления контактов.

6. Содействие организации национальных и региональных выставок, конференций, конкурсов и фестивалей дизайна.

7. Развитие системы государственных премий в сфере дизайна.

4.7. Распространение лучшей практики деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в сфере дизайна

Важным направлением содействия развитию дизайна должно стать обеспечение эффективного распространения лучшей практики деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления в этой сфере.

Основными мероприятиями по данному направлению должны стать:

1. Формирование системы поощрения субъектов Российской Федерации и муниципальных органов власти, чей опыт работы в области развития дизайна признается лучшим, предусматривающей в т.ч. софинансирование пилотных проектов.

2. Разработка типовой (примерной) программы развития дизайна на региональном и муниципальном уровне.

3. Проведение систематической работы по выявлению лучших примеров развития дизайна на федеральном уровне, в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях. Разра-

ботка и внедрение объединенной базы данных по мероприятиям развития сферы дизайна на федеральном, региональном и муниципальном уровне, с привлечением центров развития дизайна и творческих союзов.

4. Организация систематического обмена опытом по новым методам и механизмам поддержки развития дизайна на региональном и местном уровне. Обеспечение информационной и экспертно-методологической поддержки развития дизайна на региональном и местном уровне в т.ч. в рамках деятельности центров развития дизайна.

5. Обеспечение эффективного участия Российской Федерации в международных организациях и программах развития дизайна.

4.8. Развитие механизмов мониторинга сферы дизайна

Важными предпосылками проведения эффективной государственной политики развития дизайна должно стать совершенствование механизмов статистических и мониторинговых исследований.

Основными мероприятиями по данному направлению должны стать:

1. Формирование классификации и обеспечение статистического учета экономической деятельности и услуг в сфере дизайна.

2. Проведение мониторинга использования дизайна производственными предприятиями.

3. Проведение мониторинга использования дизайна организациями социальной сферы, в т.ч. образования и здравоохранения.

5. Механизмы реализации концепции

Основными организационными механизмами реализации настоящей концепции должны стать:

1. Формирование межведомственной рабочей группы по развитию дизайна.

2. Формирование экспертных советов по развитию дизайна при федеральных органах исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления.

3. Формирование сети центров развития дизайна федерального и регионального уровней.

Финансирование мероприятий настоящей Концепции должно быть обеспечено в рамках реализации федеральных и ведомственных целевых программ в области образования, здравоохранения, культуры, транспорта, жилищного строительства, регионального и муниципального развития, развития сельского хозяйства, программ содействия развитию инновационной инфраструктуры и научно-технологической базы, программ государственной поддержки субъектов малого предпринимательства, программ поддержки внешнеэкономической деятельности и др. В целях обеспечения реализации эффективной государственной политики развития дизайна в секторах экономики с высоким уровнем государственного участия и в социальной сфере, будет осуществлена разработка и утверждение ведомственными нормативными актами отраслевых (секторальных) концепций и планов действий в сфере содействия эффективному использованию дизайна.

6. Основные результаты реализации концепции

Реализация мер, предусмотренных в концепции, позволит:

— обеспечить улучшение качества дизайна городской среды и дизайна среды сельских поселений;

— повысить эффективность работы учреждений образования и здравоохранения;

— повысить уровень инновационной активности отечественных предприятий;

— повысить уровень безопасности работы на предприятиях;

— повысить конкурентоспособность промышленной продукции, выпускаемой отечественными предприятиями;

— увеличить долю услуг дизайна в ВВП;

— увеличить объем экспорта услуг дизайна.

<http://www.rudesign.ru/industrial/hronika/concepton/con06.htm>

«БАУХАУЗ» — ПЕРВАЯ ШКОЛА ХУДОЖЕСТВЕННОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ

В 1919 году в небольшом германском городе Веймаре был создан «Баухауз» (буквально «Строительный дом»), первое учебное заведение, призванное готовить художников для работы в промышленности. Школа, по мнению ее организаторов, должна была выпускать всесторонне развитых людей, которые сочетали бы в себе художественные, духовные и творческие возможности. Прежние художественные школы не выходили за пределы ремесленного производства. Во главе «Баухауза» стал его организатор, прогрессивный немецкий архитектор Вальтер Гропиус, ученик Петера Беренса. В короткое время «Баухауз» стал подлинным методическим центром в области дизайна. В числе его профессоров были крупнейшие деятели культуры начала XX столетия архитекторы Мис ван дер Роэ, Ганнес Майер, Марсель Брейер, художники Василий Кандинский, Пауль Клее, Лионель Финингер, Пит Мондриан.

Начало деятельности «Баухауза» проходило под влиянием утопических идей о возможности переустройства общества путем создания гармонической предметной среды. Архитектура рассматривалась как «прообраз социальной согласованности», признавалась началом, объединяющим искусство, ремесло и технику.

Студенты с первого курса занимались по определенной специализации (керамика, мебель, текстиль и т. п.). Обучение разделялось на техническую подготовку (Werkleehre) и художественную подготовку (Kunstleehre). Занятие ремеслом в мастерской института считалось необходимым для будущего дизайнера, потому что, только изготавливая образец (или эталон), студент мог ощутить предмет как некоторую целостность и, выполняя эту работу, контролировать себя. Минуя непосредственное общение с предметом, будущий художник-конструктор мог стать жертвой односто-

ронного ограниченного «машинизма», поскольку современное производство делит процесс создания вещи на разобценные операции. Но, в отличие от традиционного ремесленного училища, студент «Баухауза» работал не над единичным предметом, а над эталоном для промышленного производства.

Не приходится говорить о том, что изделия «Баухауза» несли на себе ощутимый отпечаток живописи, графики и скульптуры 20-х годов с характерным для того времени увлечением кубизмом, разложением общей формы предмета на составляющие ее геометрические формы. Образцы, выполненные в стенах школы, отличает энергичный ритм линий и пятен, чистый геометризм предметов из дерева и металла. Чайники, например, могли быть скомпонованы из тира, усеченного конуса, полукружия, а в другом варианте — из полукружия, полусферы и цилиндров. Все переходы от одной формы к другой предельно обнажены, нигде нельзя найти желанья их смягчить, все это подчеркнуто контрастно и заострено. Текучесть силуэта можно проследить в изделиях из керамики, но это выражение свойств материала — обожженной глины. Какими аморфными показались бы по сравнению с ними предметы времен модерна! Но основная разница между ними даже не в сопоставлении энергии баухаузовских вещей с нарочитой вялостью модерна. «Баухауз» искал конструктивность вещи, подчеркивал ее, выявлял, а иногда и утрировал там, где, казалось бы, ее нелегко было найти (в посуде, например). Напряженные поиски новых конструктивных решений, подчас неожиданных и смелых, особенно характерны были в мебельном производстве: в «Баухаузе» родились многие схемы, сделавшие подлинную революцию (деревянные кресла Ритфельда, сиденья на металлической основе Марселя Брейера и многое другое).

Техническая подготовка студентов подкреплялась изучением станков, технологии обработки металла и других материалов. Вообще изучению материалов придавалось исключительно большое значение, так как правдивость использования того или другого материала была одной из основ эстетической программы «Баухауза».

Новаторским был и сам принцип художественной подготовки. В прежних школах обучение живописи, рисунку, скульптуре по давней традиции носило пассивный характер и освоение мастерства происходило в процессе, почти исключавшем анализ натуры.

«Баухауз» считал, что одного только усвоения мастерства недостаточно для того, чтобы привлечь пластические искусства на службу промышленности. Поэтому, кроме обычных натурных зарисовок, технического рисования, на всех курсах шло непрерывное экспериментирование, в процессе которого студенты изучали закономерности ритма, гармонии, пропорции (как в музыке изучается контрпункт, гармония, инструментовка). Студенты овладевали всеми тонкостями восприятия, формообразования и цветовосприятия. «Баухауз» стал подлинной лабораторией архитектуры и проектирования промышленных изделий.

Очень интересна эволюция «Баухауза». Основанный путем объединения Веймарской академии художеств и школы Ван де Вельде, он первое время продолжал некоторые их традиции. Со временем влияние предшественников было утрачено. Важным в этом плане было постепенное упразднение таких «рукотворных», ремесленных специальностей, как скульптура, керамика, живопись на стекле, и большее приближение к требованиям промышленности, жизни. Вместо резной мебели из стен «Баухауза» стали выходить модели для массового изготовления, в частности образцы сидений М. Брейера.

Важной вехой в истории «Баухауза» был переезд училища из тихого патриархального Веймара в промышленный город Дессау. Здесь по проекту самого Гропиуса было построено замечательное, вошедшее в золотой фонд мировой архитектуры специальное учебное здание, объединяющее учебные аудитории, мастерские, общежитие студентов, квартиры профессоров. Это здание было во всех отношениях манифестом новой архитектуры — разумной и функциональной.

Внутреннее оборудование квартиры самого Гропиуса, спроектированное им самим совместно с Брейером, по своей демократической основе было моделью прогрессивного жилища будущего. Оно отличалось удивительной скромностью, удобствами и во многом предвосхитило основные тенденции построения бытового пространства с его простором, обилием воздуха, отсутствием корпусной мебели. Примечательно не только общее решение, но и отдельные детали интерьера — светильники, блоки кухонной мебели и многое другое.

На факультете металла проектировались образцы для местной фабрики; созданные в институте образцы обоев и обивочных тканей служили основой для фабричного производства массовой продукции.

В последние годы существования «Баухауза», когда во главе его стал Ганнес Майер, особенно повысилась теоретическая подготовка студентов. Для изучения запросов массового потребителя, для того чтобы знать его нужды, постичь его вкусы, изучалась социология и экономика. Чтобы понять процесс производства, студенты должны были пройти непосредственно все его этапы. Такой метод изучения позволял им всесторонне освоить воздействие внешней формы предмета, особенности восприятия формы, фактуры, цвета, познакомиться с оптикой, цветоведением, физиологией. Время, когда художник мог рассчитывать только на интуицию и личный опыт, как считали руководители «Баухауза», ушло безвозвратно; студент формировался как всесторонне развитая творческая личность.

Прогрессивность «Баухауза», передовые взгляды его профессуры вызвали недовольство местных властей. В 1930



Здание «Баухауза» в г. Дессау

году Майер отстраняется от руководства институтом. Во главе «Баухауза» становится замечательный архитектор Мис ван дер Роэ, но существовать «Баухаузу» остается недолго. Сразу после прихода нацистов к власти в 1933 году он ликвидируется. Большинство руководителей «Баухауза», в том числе Гропиус, Мис ван дер Роэ, Моголи Надь, навсегда уезжают из страны.

Значение «Баухауза» трудно переоценить. Он не только был примером организации обучения дизайнеров, но и под-

линной научной лабораторией архитектуры и художественного конструирования. Методические разработки в области художественного восприятия, формообразования, цветоведения легли в основу многих теоретических трудов и не потеряли до сих пор своей научной ценности.

Л. М. Холмянский, А. С. Щипанов
Из книги «Дизайн», 1985

<http://sreda.boom.ru/libr/history>

фото с сайта

<http://www.bauhaus-dessau.de>

ВХУТЕМАС — ВХУТЕИН

25 декабря 1920 года были созданы Московские государственные высшие художественно-технические мастерские (сокращенно ВХУТЕМАС). Это должно было быть специальное высшее учебное заведение, имеющее целью подготовку «художников-мастеров высшей квалификации для промышленности». Образовался ВХУТЕМАС первоначально в результате слияния бывшего Строгановского училища и бывшего Училища живописи, ваяния и зодчества. В 1926 году ВХУТЕМАС был преобразован в институт (ВХУТЕИН), который просуществовал до 1930 года.

В новом учебном заведении художественное творчество трактовали широкую сферу, включавшую и создание произведений искусства, и художественно ценных предметов быта и техники. Программа обучения нащупывалась довольно быстро. Более или менее окончательно методика обучения отработалась к 1922-1923 годам, хотя дисциплины художественного и технического циклов часто вступали в противоречие, их соотношение менялось, что приводило к известной изоляции друг от друга. Все это можно понять — создавалась новая специальность.

Первые два года обучения, где студенты получали общехудожественное образование, были названы основным отделением. В процессе формирования этого отделения было сделано немало ценных методических находок. Этот курс, наряду с входным курсом «Баухауза», по существу, предвосхитил все вводные курсы современных дизайнерских школ.

Руководители ВХУТЕМАСа — ВХУТЕИНа рассматривали подготовку художника-производственника как синтетическую задачу воспитания всесторонне и гармонично развитого работника нового общества.

Факультеты металло— и деревообработки делали очень большую работу, прокладывая путь будущему дизайнеру. Возглавлявший металлофакультет



Учащиеся ВХУТЕИНа на демонстрации



Л. Лисицкий
Обложка книги «Архитектура ВХУТЕМАС», 1927 г.

А. Родченко писал: «Поставил перед собой задачу выпустить конструктора для нашей промышленности по художественно-технической обработке металла, вплоть до внутреннего оборудования автомобиля и аэроплана: конструктора-художника с творческой инициативой и технически подготовленного». Это, по существу, уже была программа подготовки первых советских дизайнеров.

Темы студенческих курсовых проектов были разнообразны: киоски, трансформирующаяся мебель, мелкие бытовые предметы (лампы, пепельницы, посуда и т. п.). Для реализации учебных программ были организованы производственные

мастерские, которые мыслились как художественно-конструкторский центр, где могут выполняться любые задания — от архитектурных макетов до костюма.

При ВХУТЕМАСе и ВХУТЕИНе работали и научно-исследовательские лаборатории, которые ставили своей целью создание действительно научно обоснованного преподавания и исследования природы художественных дисциплин.

В 1925 году на Международной выставке декоративного искусства и промышленности в Париже ВХУТЕМАС был отмечен Почетным дипломом за новый аналитический метод, программы и учебно-экспериментальные работы студентов. Советский научно-учебный центр получил международное признание наряду с «Баухаузом».

Целый отряд архитекторов, искусствоведов и художников поставил перед собой цель — слияние своего искусства с новой жизнью, видел целью развития искусства вхождение его в промышленное производство, в «делание вещей». Их называли «производственниками». Мужество и социальный оптимизм этих энтузиастов и пытливых искателей нового тем более достойны удивления, поскольку их деятельность проходила в условиях почти полного хозяйственного разорения страны. То, что они могли дать обществу реально полезного — проекты совершенной мебели или одежды, в то время было не нужно: все это почти не производилось. Более же сложные производства этим художникам были недоступны — они не были технически подготовлены. Резкий разрыв между мечтами, теоретическими устремлениями «производственников» и насущными конкретными задачами, стоявшими перед новым обществом, в конце концов привел к упадку этого течения.

Л. М. Холмянский, А. С. Щипанов
Из книги «Дизайн», 1985
<http://sreda.boom.ru/libr/history>
фото с сайта <http://www.stroganovka.ru>

ОЧКИ В НАШУ ПОЛЬЗУ: ЯПОНЦЫ ВЫБИРАЮТ РУССКИЙ ДИЗАЙН. Итоги конкурса Charmant



Справка

Наото Фукасава — звезда первой величины в индустриальном дизайне наших дней.

Родился в 1956 году в Японии.

1980: Закончил TAMA ART University.

1989: Начал работу в США в дизайн-студии IDEO (в Сан-Франциско).

1996: Вернулся в Японию, чтобы открыть филиал IDEO.

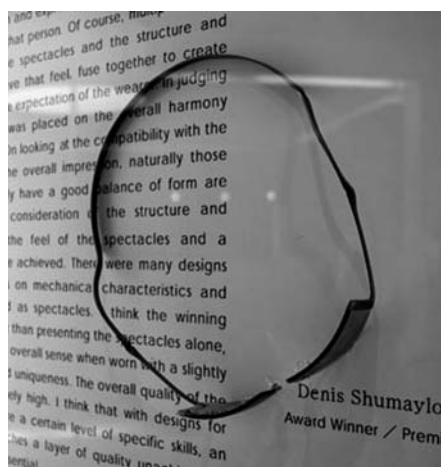
2003: Стал независимым дизайнером, чтобы основать Naoto Fukazawa Design.

Среди его последних работ мобильный телефон au/KDDI, INFOBAR, Mujirushi's CD-плеер, который можно повесить на стену (был выбран для постоянной коллекции New York MOMA), бытовые электроприборы, продукция для различных торговых марок и т.д. На Миланском салоне в апреле 2005 года он представил новые линии продуктов для семи компаний, таких как B&B Italia, Driade, Magis, Danese, Artemide, привлечшие большое внимание посетителей.

Работая для ведущих дизайнерских компаний Японии, он также работал над проектами для итальянских и немецких компаний. Число полученных им призов и наград превышает 50, среди которых IDEA GOLD PRIZE в США, GOLD PRIZE в Германии, D&AD GOLD PRIZE в Великобритании, Mainichi Design Award и т.д. Он также является соавтором «Экологии дизайна» (опубликованной Tokyo Shoseki) и книги «Оптимум» (опубликованной Rikuyosha).

Профессор Musashino Art University, приглашенный профессор Tama Art University и специально приглашенный лектор Токийского университета.

Подведены итоги международного конкурса Charmant International design competition, организованного группой компаний Charmant, на базе японского интернет-ресурса Designtope.



Условия конкурса были переведены и опубликованы на страницах DESIGNET в разделе «Конкурсы» в ноябре 2005: «Японский интернет-ресурс DESIGN-TOPE анонсирует новый конкурс (задача этого сайта — поддержка отдельных людей и компаний, занимающихся дизайном, стремящихся к «Миру, наполненному хорошим дизайном»), тема которого «Оправы для очков». Конкурс рассчитан на то, что дизайн этих оправ будет служить великолепным инструментом, который станет настолько есте-

ственным, что позволит не чувствовать очки на лице, когда они надеты, из-за способности хорошо «сидеть». Судья конкурса — дизайнер Naoto Fukasawa».

Обладателем Гран-при (\$10.000) стал Вадим Кибардин, о чем было официально объявлено на церемонии награждения прошедшей 5 мая на выставке MIDO в Милане. Полу-гран-при получил Yenwen Tseng из Тайваня. Председателем жюри Naoto Fukasawa также были отобраны семь лучших работ.

Charmant group

Одно из крупнейших предприятий мира, специализирующееся на производстве оправ для очков. В состав группы компаний Charmant входят такие марки как: Charmant, Nodoka, Aristar, Dress Code, Cristian Roth, Esprit, ELLE, Puma. Сеть представительств компании охватила все крупные города мира, над проектами оправ работают как собственные дизайн-бюро (Милан, Париж, Токио и другие), так и студии, и именитые дизайнеры по контракту.

Charmant International design competition

Конкурс проходил с 27 ноября 2005 (последний срок подачи работ) до 5 мая 2006 (церемония вручения дипломов и сертификатов) и состоял из трех этапов.

На первом этапе организаторы конкурса собрали работы для предварительного рассмотрения.

После тщательного отбора, председатель жюри Mr. Naoto Fukasawa выбрал 160 работ из 20 стран мира для проведения второго этапа конкурса — экзамен на коммерциализацию идеи.

На базе этих исследований были отобраны 9 работ-финалистов, произведены промышленные образцы (действующие и в реальном материале) и уже из них определялись победители. Примечательно то, что кроме Гран-при,

ушедшего в руки русского дизайнера Вадима Кибардина, в число семи победителей, в Selected Excellent Works, попал проект еще одного россиянина — Дениса Шумайлова из Новосибирска.

В ближайшее время группа компаний Charmant планирует серийное производство оправ, получивших Гран-при и полу-Гран-при.

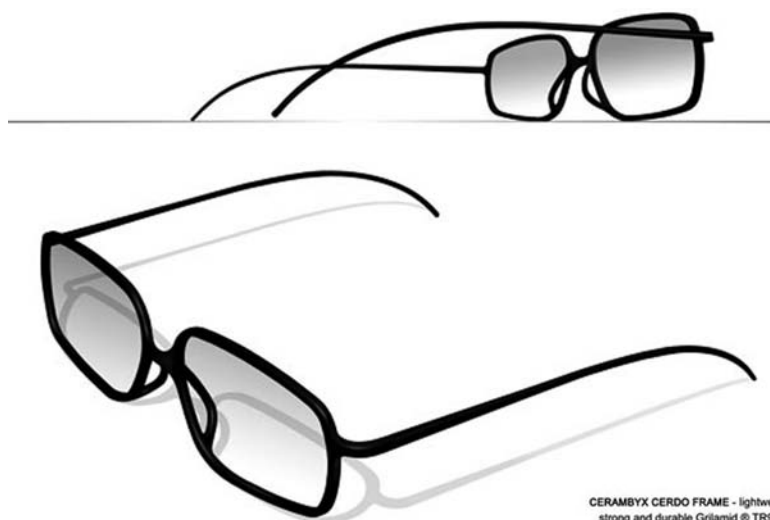
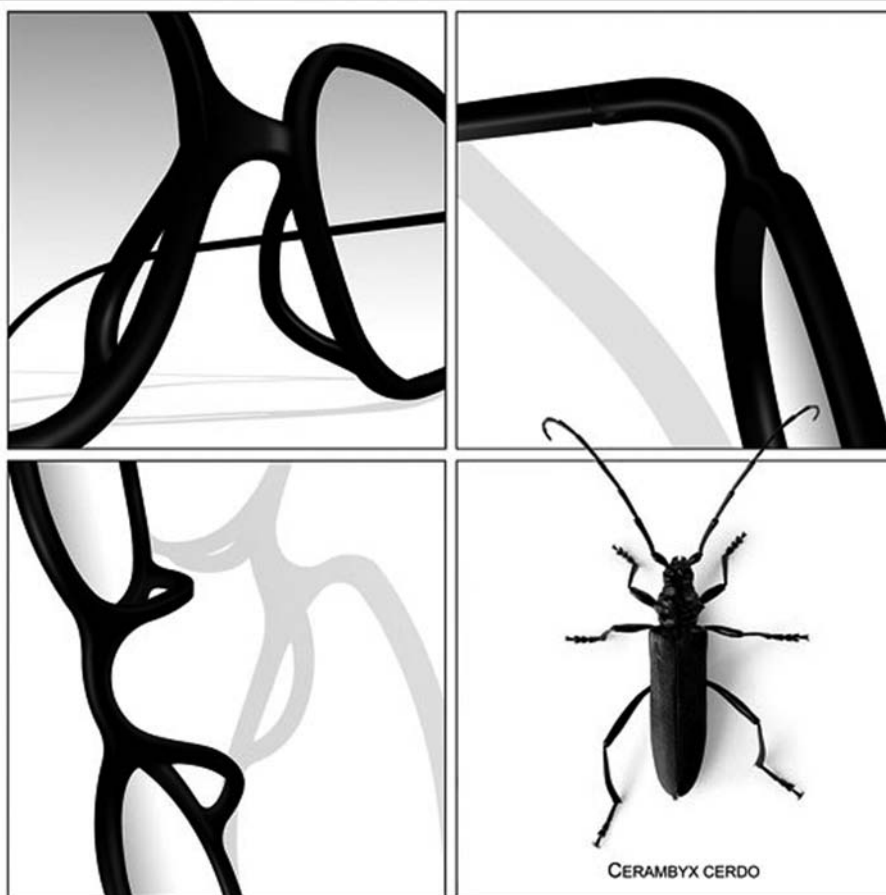
Комментарий Вадима Кибардина к своей работе — оправе Cerambyx cerdo

Философия

Я предпочитаю создавать по-настоящему полезные, внешне простые, но с богатым внутренним миром вещи.

Главным критерием для оценки качества дизайна я считаю наличие в предмете ясной, очевидной и полезной идеи. Богатое внутреннее содержание и внешняя простота в сочетании с современными технологическими решениями дает право любому предмету претендовать на высшую профессиональную оценку — выбор покупателя.

Многому можно научиться, изучая культуру народов, исследуя богатый опыт профессионалов, но я ищу вдохновения и ответы на вопросы в природе. Достаточно только внимательно присмотреться к окружающему нас миру. Богатство эстетических, визуальных и инженерных решений в натуральной природе открывает перед нами безграничные возможности. Человек является неотъемлемой частью экосистемы и требует такого же бережного и внимательного отношения, как и другие обитатели планеты. Я рассматриваю человека как часть общего целого. И жизнедеятельность человека



Комментарий председателя жюри Наото Фукусавы к работам:

«В конечном счете я полагаю, что очки должны соответствовать лицу человека, носящего их, и выражать его точное поведение и индивидуальность. Конечно, многочисленные факторы, такие как восприятие очков и их конструкция и материалы, используемые для достижения этого восприятия, сливаются вместе для создания того, что удовлетворит ожидания владельца. В оценке этого конкурса во главу угла

было помещено достижение полной гармонии между этими факторами.

Рассматривая соответствие очков лицу и общее впечатление при их ношении, выбор падает на очки, имеющие хороший баланс формы. Добавьте к этому подбор конструкции и материалов для достижения восприятия очков и успешный дизайн будет достигнут. Было много дизайнерских решений, отдававших предпочтение механическим характеристикам и концепциям, выглядящим хорошо как очки.

Я думаю, что удачным дизайном можно считать тот, который не представляет только очки, но смешивает общее ощущение при их ношении с легким ощущением новизны моды и уникальности. Общий уровень конкурса был чрезвычайно высок. Я думаю, что для разработки дизайна очков, требующей определенного уровня специальных навыков, необходимым является решение на качественно высшем уровне, недостижимом только на уровне идей.

как взаимодействие с окружающим миром.

Немаловажным фактором в создании «правильных» вещей является целесообразное и обоснованное применение материалов.

О проекте

Чистота проектного решения, отсутствие лишних деталей и декора, и внутреннее содержание — это тезисы, которые я старался использовать для решения задачи конкурса. Маленький жук чувствует себя вполне комфортно с очень длинными усами. Крепкие, гибкие и длинные, они необходимы для жизни. И в то же время, должны быть легки и удобны в обращении. Дужки оправы Cerambyx cerdo frame также соответствуют этим требованиям.

Вторая задача, которую я постарался решить — пересмотреть процесс контакта оправы и носа. Обычные оправы при длительной эксплуатации вызывают усталость лица, и время от времени приходится делать массаж мест контакта. Я устранил эту проблему, максимально облегчив конструкцию. Взаимодействие оправы и носа происходит по тонкому контуру, легкому и не вызывающему усталость.

Я очень рад, что моя идея была понята правильно и благодарен организаторам конкурса, жюри и спонсорам.

Да, вот так обстоят дела, если сухо и коротко говорить об этом событии. Но с другой стороны, хочется сделать пару эмоциональных заметок от себя лично. Японцы — просто молодцы. Кроме ясно поставленной задачи, большого премиального фонда, бесплатной дороги в Милан и бесплатного проживания там в отличном отеле в центре, еще и готовность выпускать серийно мой объект... Кроме того, мне как дизайнеру всегда была интересна японская культура вообще в мельчайших ее проявлениях. После близкого общения с топ-менеджерами и дизайнерами Charmant желание побывать, и, может быть, поработать в Японии усилилось (позавидовал Пирожкову. Очень интересные люди).

О выставке скажу коротко — грандиозное событие в мире офтальмологии, выбрать одну пару солнцезащитных очков невозможно, я бы брал все. Огромное пространство выставки напол-



нено только лучшей продукцией со всего мира. Не понимаю, как покупатели-оптовики могут выбирать лучшее из лучшего...

Но кроме визуально превосходных экземпляров, нашел нечто интересное с точки зрения современных технологий. Оправы сделанные из металла, напоминающего свою первоначальную форму. Это само по себе не ново, но в контексте применения технологии для производства оправ я пока не встречал. Все запатентовано, сломать такие очки практически невозможно: гните, как хотите, роняйте, садитесь, как угодно выкручивайте — ничто не повредит

сверхлегкому суперэластичному титановому сплаву.

*Вадим Кибардин / Kibardin Design
Милан, 5 мая 2006*

P.s. Мы пригласили Вадима в студию, после возвращения из Милана с церемонии награждения, рассказать, как все было и показать награду. Она оказалась довольно скромной — листок сложно-сложенной бумаги, но по-японски тонкой и приятной.

*Designet
<http://www.designet.ru/events/>*

RED DOT DESIGN AWARD

История

Хороший дизайн — это не роскошь! Сегодня это важный инструмент экономической деятельности и конкуренции. Как один из лидирующих институтов в области развития дизайна Design Zentrum Nordrhein Westfalen с 1954 года вносит свой вклад в развитие мирового дизайна.

Центр дизайна земли Северный Рейн-Вестфалия (Design Zentrum Nordrhein Westfalen) ежегодно присуждает премию red dot award в области промышленного дизайна. Это одна из крупнейших и наиболее признанных наград в области дизайна в мире. Цифры говорят сами за себя: в 2005 году на конкурс «red dot design award» было подано более 5 000 работ из 50 стран мира, в 2006 году более 3 700 работ из 31 страны. Работы, получившие награду, выставляются в Музее дизайна red dot.

Каждый год международное жюри оценивает подаваемые работы на основании таких критериев, как степень инновации, функциональность и качественные характеристики предмета. Это обеспечивает профессиональный уровень конкурса и его престижность во всем мире. Членами жюри являются известные дизайнеры и эксперты в области дизайна со всего мира, которые принимают решения о присуждении «red dot award» независимо и беспристрастно. Состав жюри меняется каждый год, что гарантирует высокий уровень объективности. Независимость и международный состав жюри явились основными факторами для завоевания репутации конкурса.

Хотя впервые конкурс «red dot» состоялся в 1954 году, однако его главный символ — стилизованная «Красная точка» (red dot) — был разработан только в 1991 году известным графическим дизайнером Отлем Айхером, а его окончательная редакция — в 2000 году Питером Шмидтом).

Центр дизайна земли Северный Рейн-Вестфалия был создан для распространения информации о конкурсе по всему миру. С этой целью работы, получившие на-



reddot



граду «red dot design award», экспонируются на различных международных выставках. Передвижная экспозиция «red dot on the road» уже побывала в таких мировых столицах как Токио, Сидней, Гонконг, Шанхай и Сингапур.

Основав в 50-е институцию «Haus Industrieform», ее организаторы преследовали цель: продвижение производства и распространить индустриальную продукцию в окружающей среде. Любопытно, что этот первый институт появился в регионе, который существует за счет угольно добывающего и сталелитейного производства. Сегодня многие известные компании для проведения мероприятий, где они представляют современный дизайн, используют старые промышленные здания, например, котельные.

В 1990 году произошло переименование в Design Zentrum Nordrhein Westfalen. Одновременно новое имя отображает новое понимание концепции дизайна и действие организаторов.

Ежегодно в конкурсе «red dot» принимают участие более 4 тысяч профессионалов из 40 стран. Они оспаривают победу в трех категориях: Product Design, Communication Design, Design Concept.



Музей дизайна red dot

При вручении награды «red dot award: product design» жюри присуждает наивысший знак дизайнерского качества только нескольким изделиям. Перед церемонией награждения организаторы «red dot award» на своем сайте представляют дизайнеров, блистательно прошедших конкурс и получивших награду в категории «red dot: best of the best». О некоторых из них читайте в следующей статье.

Из 2068 продуктов, принятых на конкурс в номинации «product design» в 2006 году, только 36 получили награду «red dot: best of the best» за лучший дизайн в соответствующих категориях (всего 12 категорий). Еще 485 продуктов получили знак качества «red dot», который производители смогут теперь размещать на своей продукции. С победителями и их творениями можно познакомиться на сайте www.red-dot.org.

Около 1000 работ, авторы которых стали победителями конкурсов, сегодня находятся в Музее Дизайна в немецком городе Эссене.

В 2004 было празднование 50-летия музея. Этот юбилей свидетельствует, что на место элитных промышленных выставок пришло международное сотрудничество и появился профессиональный центр, который внес вклад в развитие мирового дизайна. Главная его деятельность — организация проведения конкурса «red dot». Другие интересы: проведение семинаров, конгрессов, мастер-классов. Сегодня имя Design Zentrum Nordrhein Westfalen упрочилось как на национальном, так и на международном уровнях.

Сегодня крупнейшие фирмы используют знак «Red Dot» как эффективный инструмент в своих маркетинговых кампаниях, который позволяет повысить статус не только продукта, но и всей компании, его создавшей. А большинство потребителей воспринимают «Red Dot» как знак престижности товара и гарантию его качества.

Red dot award: design concept 2006

«Это был настоящий фестиваль творчества и успеха», — так описал церемонию награждения премии red dot award: product design профессор Петер Зэк, основатель премии red dot и глава ICSID (Международного Совета Обществ Промышленного Дизайна). Как всегда, более 1000 гостей из областей дизайна, культу-

ры, индустрии и политики встретились 26 июня 2006 в музее red dot и театре Aalto Theatre в Эссене по случаю церемонии награждения, чтобы должным образом чествовать счастливых победителей премии до самого утра.

После открытия двух специальных выставок «Дизайн на сцене — победители red dot award: product design 2006» и «LG — Цифровой Творец Жизни (Digital Life Creator)» в музее red dot, лауреаты были представлены на сцене Aalto Theatre.

«Мы особенно рады в этом году вручить кубок Radius дизайнерской команде LG», сказал Зэк. «Как и все другие победители, корейская компания LG внесла огромный вклад в повышение качества в секторе дизайна, и мы очень рады такому росту».

В этом году выбор победителя в номинации «команда года» пал на дизайнерскую команду LG с учетом тех лет, в течение которых она преуспела в последовательной корпоративной философии и отстаивала свое имя на мировом рынке с помощью высокого качества и инновационного дизайна. Почетный приз, присуждаемый международным жюри в рамках знаменитой премии, всего лишь во второй раз был вручен азиатской компании. До этого только Sony завоевывала этот титул для Азии в 2000. Получив награду как лучшая команда года, LG вошла в «Холл Славы», в котором уже представлены такие компании как adidas, Pininfarina, Nokia, Apple, Festo и Sony.

Кубок Radius был вручен Корпоративному Дизайн-Центру LG компанией-победительницей прошлого года, adidas, которую представлял Штефан Дитрих. Дже Джин Шим, президент Корпоративного Дизайн-Центра LG, признался: «Этот титул означает для нас возросшую ответственность, и мы должны подать хороший пример развития и доступности инновационного, уникального дизайна — креативного дизайна, одного из лучших в мире, какой только может найти покупатель».

В культурной программе, представленной труппой театра Aalto, были использованы сцены из балета Йохена Ульриха «Die rotten Schuhe» («Красные башмаки»), а также сочинения джазового саксофониста Майкла Шледера, динамические интерпретации которого вдохновляют своим однородным звуком и ритмической точностью.

После церемонии награждения 400 приглашенных гостей собрались на Ужине Победителей, который давно считается местом встречи международной сцены дизайна. Вечер завершила Ночь Дизайна, проводимая в музее red dot, где многие гости воспользовались возможностью поделиться мнениями с международными экспертами в области дизайна и обсудить между собой события вечера.

<http://www.archi.ru/events>

<http://www.red-dot.org/>

<http://www.idi.ru>

<http://www.designstory.ru>



Ночь Дизайна в музее red dot

ЛУЧШИЕ ДИЗАЙНЕРЫ ПРЕМИИ RED DOT AWARD: PRODUCT DESIGN 2006

Фернандо Ромеро

Мексиканский дизайнер Фернандо Ромеро принадлежит к числу лучших дизайнеров премии red dot award: product design 2006. Он получил звание red dot: best of the best за блестящий дизайн «Чайного моста», созданного по мотивам китайского чайного домика. Вот как он объясняет концепцию «Чайного моста».

«В «Чайном мосте» мы постарались сочетать принципы простоты и сложности. Нашей целью было создать здание со структурным разделением на зоны, обладающие каждая своими особенностями, доступностью и уединенностью. Ассиметричная крыша означает, что одна половина сооружения попадает под большее воздействие солнечных лучей, чем другая. Мы хотели, чтобы «Чайный мост» обладал геометрией вневременной архитектурной концепции. Наша концепция основана на двух главных элементах типичного китайского сада: мосте и чайном домике».

«Чайный мост»: между временем и пространством

Архитектура — это культура, и, будучи таковой, она всегда сочетает традиции с видением. Китайские чайные домики с изящными декоративными мостами появ-



вились в XIV веке во времена династии Мин — их архитектура является выражением передовой культуры, которая протянулась вплоть до сегодняшнего дня. Архитектура «Чайного моста» заимствует мотив чайного домика и создает вневременной и невероятно захватывающий симбиоз, соединяющий такие противоположности, как доступность и уединенность, а также простоту и сложность. Концепция построена на двух главных элементах типичного китайского сада: мосте и чайном домике. Участок для строительства находится рядом с прудом

и таким образом объединяет эти две типологии в единую структуру. Главной целью дизайна было интегрировать созерцательный элемент окружающей среды в архитектуру. Для того, чтобы установить тесную связь с окружающей средой, цельная бетонная конструкция «Чайного моста» была разделена на несколько небольших платформ, которые позволяют каждой группе посетителей по-разному прочувствовать окружающую природу за чашкой чая. Конструкция в виде сот и разделение на отдельные «ячейки» придает сооружению естественный внешний вид, а эти отдельные ячейки в то же самое время составляют структуру павильона: лабиринта, растянутого над прудом. Благодаря ассиметричности крыши одна часть здания находится под более сильным воздействием солнечных лучей, чем другая, что еще больше подчеркивает общий контраст. Вследствие такого архитектурного решения с его на первый взгляд абстрактной интерпретацией появляется удивительная геометрия комнат, которая привлекает внимание наблюдателя, а изнутри предоставляет возможность пережить интересный пространственный опыт. Каждая ячейка обладает своей индивидуальностью и предполагает особенное восприятие.

Хенрик Хольбек и Клаус Йенсен

Датские дизайнеры Хенрик Хольбек и Клаус Йенсен получили награду red dot: best of the best за выдающийся дизайн и высокую функциональность дозаторов масла Aromagic, разработанных ими для eva solo. Они рассказали нам о «логике высокой функциональности»:

«В идеале промышленный дизайн должен повышать ценность изделия. В отличие от пластических искусств и дизайна ювелирных изделий, воспринимаемая ценность изделия определяется не только формой или выбором мате-



О Фернандо Ромеро

Фернандо Ромеро родился в Мехико в 1971 году, закончил Иberoамериканский Университет в 1995 и работал у Рема Кулхауса в Офисе Столичной Архитектуры (OMA) в Роттердаме с 1997 по 2000. В 1999 году он разработал выигравшую концепцию для концертного зала «Casa da Musica» в Порту, который был открыт в прошлом году и уже считается символом современной архитектуры. В 1999 он начал собственный бизнес, основав LCM (Лабораторию Города Мехико) и LAR (Лабораторию Архитектуры), архитектурную фирму, учрежденную с целью установить связь с современным обществом и создавать архитектуру в процессе перевода. Его работы выставляются по всему миру, и он регулярно получает международные награды, среди которых GLT 2002 Мирового Экономического Форума, Международная Премия по Дизайну Интерьера FX 2003, Bauhaus Award 2004, приз Общества Американских Зарегистрированных Архитекторов 2005 и почетное упоминание на премии Dedalo Minosse 2006.



О Хенрике Хольбеке и Клаусе Йенсене

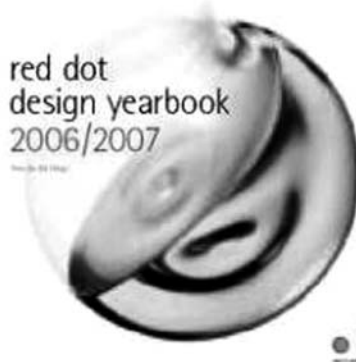
Хенрик Хольбек родился в 1960, изучал промышленный дизайн в Королевской Академии Искусств в Копенгагене, которую закончил в 1990 году. Клаус Йенсен родился в 1966, в 1992 году закончил Датскую Школу Дизайна. В 1989 они вместе основали в Копенгагене студию Tools Design, которая занималась разработкой различных инновационных товаров, от электронных и медицинских приборов до бытовых изделий. Tools Design работает с такими клиентами как Georg Jensen, Eva Denmark, Tandex и Ambu и с 90 различными премиями и званиями является одной из наиболее премированных студий Дании. Она также представляла датский дизайн на многих международных конкурсах.



риала. Третьим параметром является функциональность — это скрытая красота, личность изделия. Мы, дизайнеры, смешиваем ингредиенты, осторожно уравнивая вкус. Это не ракетостроение, это очень субъективная наука. Форма зависит от потребностей, и форма сама по себе является функцией.

Для изысканного вкуса: дозаторы Aromagic

Пытаться определить сущность «функциональности» непросто — ее эффективность и человеческое восприятие слишком сложны. Работая в Bauhaus, Уолтер Гропиус столкнулся с понятием «исследования сущности». Такие исследования очень важны для выбора направления в дизайне, однако настоящее очарование хорошо продуманной функциональности может проявиться только в повседневном использовании. Дозаторы для масла и уксуса позволяют пользователям усилить аромат масла или уксуса, помещая свежие травы или специи, такие как розмарин или чеснок, в емкость. С учетом долгого времени, в течение которого травы и специи будут храниться с маслом или уксусом в этих сосудах минималистического дизайна, прежде чем приобретут насыщенный аромат, для емкостей предусмотрена плотно закрывающаяся крышка, сохраняющая и вкус, и аромат.



Фотография дозатора Aromagic была выбрана для обложки ежегодного каталога победителей red dot

Носик дозаторов также является интересным элементом функционального дизайна: он решает сразу две проблемы — постоянную утечку жидкости и точность ее дозирования. Благодаря особому механизму жидкость льется аккуратно и четко дозируется. Специфическая эстетика дозаторов, а также входящего в комплект соусного шейкера, является примером хорошо продуманной функциональности или, в переносном смысле, олицетворяют «изысканный вкус».

Вольфганг Хельд

Иногда решающими оказываются мелочи, как в случае с дверными петлями BLUMOTION 973A. Благодаря тщательно продуманной системе двери наконец-то закрываются мягко и бесшумно. Дизайнер Вольфганг Хельд разработал этот функциональный элемент и был награжден званием red dot: best of the best за это выдающееся достижение. Он рассказал нам о «Дизайне завтрашнего качества жизни»:

«Двери тоже закрываются легко и тихо. BLUMOTION 973A, решение для мягкого и бесшумного закрытия дверей, позволяет закрывать дверь наиболее оптимальным движением. Это приспособление, которое можно дополнительно укрепить на дверной петле, адаптируется к движению двери и вырабатывает почти идеальный ход. Акцент делается на простой форме и выборе неброских цветов. Таким образом, инновационная простота дизайна реализована в высшей степени удачно, даже в незаметных местах, например, внутри мебели».



О Вольфганге Хельде

Вольфганг Хельд родился в 1953 году. Он изучал конструирование в австрийской Школе Конструирования Брегенц. После этого он изучал промышленный дизайн в Университете Искусств Линца и транспортный дизайн в Колледже Дизайна Центра Искусств в Лос-Анжелесе. Он начал свою профессиональную карьеру в немецкой компании Busse Design, а затем в 1982 перешел в VW в Вольфсбурге. Там он возглавил транспортный проект T4 в отделе дизайна экстерьера. После этого он основал офис по производству моделей автомобилей, который в настоящее время является крупнейшим в Германии. В 1985 Вольфганг Хельд основал студию промышленного дизайна «form orange Produktentwicklung», которая сегодня в основном занимается исследованиями и разработками с одной стороны и реализацией полных пакетов работ (дизайн, конструирование и выпуск серии изделий) с другой.



Идеальный ход: Blumotion 973A

Современная кухня характеризуется прилизмом и функциональностью, которые делают процесс приготовления пищи простым и приятным. Под влиянием азиатских учений, таких как фен-шуй, кухня превращается в центр гармонии. Однако открытие и закрытие дверей и ящиков на кухне ассоциируется с чем угодно, только не с тишиной — кухня обладает таким уровнем фонового шума, что он становится частью повседневной жизни. Но функциональный дизайн системы дверных петель Blumotion 973A выдвигает этот аспект на передний план. Принцип действия этой системы довольно хитер: она реагирует на размер, вес и скорость закрывающейся двери. Система автоматически берет под контроль импульс закрывающейся двери и закрывает ее постепенно, используя это движение. Закрывая дверь таким образом, система уменьшает уровень шума на кухне. Более того, встроенное устройство против перегрузки защищает систему петель от повреждения. Приоритетом при разработке дизайна дверных петель являлась надежность, они были сделаны в расчете на долгие годы постоянного использования. Элементы системы Blumotion 973A прекрасно дополняют друг друга и вместе они составляют единое функциональное и эстетическое устройство — эффективное снятие напряжения, а также осязаемость качества жизни достигается посредством дизайна этой функциональной детали, важность которой осознается только когда ее суть переосмысливают.

Даниэль Хубер

Даниэль Хубер, австрийский дизайнер и соучредитель Spirit Design, получил награду red dot: the best of the best за свою модель лыж All Mountain Cruise, форма которых повторяет эстетику внедорожных автомобилей. Даниэль Хубер рассказал red dot о динамике эстетики и формы:

«В своей эстетической функции обозначения формы дизайн должен вызывать некий отклик в людях. В этом его динамика. Целью лыжной модели Fischer AMC All Mountain Cruise было наладить эмоциональную связь с определенной целевой группой — в данном случае лыжников-мужчин со спортивными амбициями. Здесь главную роль для успешных продаж имеет именно дизайн, будучи наиболее весомым из всех решающих факторов. Модель Fischer AMC обладает хорошими маневренными характеристиками как на под-

готовленных, так и неподготовленных склонах. Во внешнем виде лыж используются элементы дизайна современных внедорожников, которые подходят для езды по дороге и вне нее. Эти ассоциации, а также смелый язык форм и инновационный эффект металла не являются эстетическим завершением, а показывают четкое направление: с полки на прилавки — и дальше в горы!»

Проработанная притягательность — эмоции и амбиции

Спорт на открытом воздухе всегда связан с приключениями, и будучи таковым, может служить заменителем всех тех трудностей, с которыми городскому жителю уже не приходится встречаться. Однако это слишком простое определение, так как очарование взаимодействия человека, природы и материала, отраженное в этих видах спорта, намного сложнее. Необходимость управлять не только оборудованием, но и собственными способностями содержит в себе очарование, описанное в таком бестселлере как «Происхождение жизни во льдах» Хауке Тринкса, который провел целый год в холодной пустыне Шпицбергена, полностью предоставленный сам себе.

Концепция лыж All Mountain Cruise была разработана для целевой группы мужчин-лыжников со спортивными амбициями; для спортсменов, которые завоевывают новые пространства и хотят использовать свои



О Даниэле Хубере

Даниэль Хубер родился в 1968 году в Зальцбурге, Австрия. С 1987 по 1993 он изучал промышленный дизайн в Венском Университете Прикладных Искусств. К концу учебы он уже имел за плечами несколько собственных проектов в области промышленного и корпоративного дизайна, а также принял участие в нескольких национальных и международных выставках, дизайнерских и архитектурных конкурсах. В 1993 году он стал одним из основателей Spirit Design, где в данный момент является управляющим партнером и главой отдела промышленного дизайна. С октября 2005 Даниэль Хубер читает лекции в Университете Прикладных Наук FH Joanneum Graz на кафедре промышленного дизайна. Он был номинирован на Corporate Design Prize в 2004 и на Austrian State Award for Design, Design Award of the Federal Republic of Germany и iF product design award в 2005.

лыжи не только на подготовленных трассах. Целью дизайнера было создать лыжи с разносторонними возможностями и хорошими лыжными характеристиками как для подготовленных, так и для неподготовленных склонов. Дизайн лыж олицетворяет эти возможности в необыкновенно широком объеме. Это позволяет беспрепятственно проходить трассы с разным состоянием снега с сохранением хороших скользящих и маневрирующих характеристик. Успешный «перенос имиджа» также интересен, так как язык формы наследует эстетику внедорожников. Для выражения этих разносторонних возможностей в дизайне лыж присутствуют стилистические элементы этих машин, например, металлические покрытия. Язык формы и цвет лыж рассчитаны на покупателей-мужчин и представляют собой дизайн, который умело сочетает спорт и эмоции.

Руй Сампайу де Фариа, Жозе Карлуш Мендеш и Педру Кунья Монтейру

Руй Сампайу де Фариа, Жозе Карлуш Мендеш и Педру Кунья Монтейру получили звание red dot: best of the best за свою инновацию Pluma. Этот баллон для хранения газа бутана соединяет в себе инновационную комбинацию материалов, высокий уровень эстетики и эргономичный дизайн. Трое создателей сами рассказали о своем дизайне:

«Модель потребления баллонного газа в Португалии зависит от рациональных и экономических причин, в то время как желания покупать эти изделия практически не существует. Нашей задачей было разработать баллон не только в два раза меньше по весу и в два раза выше по безопасности, чем обычные газовые баллоны, но и наполнить его аффективной и эмоциональной ценностью и создать тактильный опыт. Его округлая форма и четкие контуры его цветного корпуса привлекательны — и в то же самое время устанавливают стандарт легковесного баллона для сжиженного газа. Таким образом нам удалось разработать газо-



О дизайнерах

Руй Сампайу де Фариа родился в Мозамбике в 1965 году, изучал промышленный дизайн в Лиссабоне, Париже и Милане, а затем разрабатывал дизайн автомобилей, мотоциклов, упаковки и мебели. В 1995 он поступил на работу в лиссабонскую компанию Novodesign в качестве старшего дизайнера, в 1996 году был назначен менеджером по дизайну, а в 1997 — директором по дизайну. С 2001 Руй Сампайу де Фариа является управляющим командой промышленных дизайнеров в Brandia Central в Лиссабоне. Он также читает лекции в различных колледжах и университетах дизайна.

Жозе Карлуш Мендеш родился в 1973 году в Португалии, с 1994 по 1997 изучал графический дизайн в Лиссабоне. С 1996 по 1998 он работал в BBDO Portugal, после чего перешел в Novodesign в 1998. В 2000 году он занял в Brandia позицию старшего графического дизайнера, а в 2006 перешел в Brandia Central.

Педру Кунья Монтейру родился в Португалии в 1977 году, изучал психологию в университете Лиссабона. В 2001 году начал работать в Novodesign, а через год перешел в DesignForce в качестве стратега по брендингу. В 2003 он вернулся в Brandia (бывшая Novodesign, теперь — Brandia Central). Будучи старшим стратегическим разработчиком, он ответственен за стратегический брендинг и коммуникационные концепции.

вый баллон, соответствующий необходимым эргономическим требованиям, который мы наделили функциональными и технологическими инновациями, а также таким достоинством, как привлекательность, которое ведет к совершенно новому восприятию газовых баллонов».

Птичье перо — симбиоз культуры и формы

Газ в Испании и Португалии, в отличие от североевропейских стран, подается через центральную газовую магистраль только в крупных городах. Таким образом, большинство в Испании и Португалии готовят, используя бутановый газ в баллонах, и в этих странах газовый баллон — часть повседневной культуры. На этом фоне Pluma является инновацией: его органичный привлекательный внешний вид основывается на симбиозе различных материалов и их особенностей. Газовый баллон состоит из двух частей: гильзы цилиндра и наружной оболочки. Последняя, в свою очередь, состоит из четырех отдельных деталей — корпуса, внутренней заслонки и двух ручек, отлитых из

полиэтилена повышенной плотности. Использование вулканизированных горячим способом полимеров — экологически выгодное решение в плане производства, которое придает газовому цилиндру некоторую привлекательность. Более того, этот тип пластика более долговечен и, таким образом, подходит для баллона, используемого ежедневно. Внешний контейнер изготовлен из штампованного стального листа, покрытого внутри слоями Twintex — смесью полипропиленового комбинированного волокна и стекловолокна. Эта поверхность дополнительно покрыта защитным белым желеобразным покрытием. Благодаря этому сочетанию материалов внутренняя оболочка обладает более высоким уровнем крепости, а также безопасностью. Этот газовый баллон сочетает в себе инновационную комбинацию материалов, высокий уровень эстетики и эргономичный дизайн. Таким образом он создает новую форму для повседневно используемых изделий. Чтобы завоевать свое место в средиземноморской культуре, баллон получил название Pluma, что по-португальски и испански означает «птичье перо».

Источник: red dot
<http://www.idi.ru>

ПРЕМИЯ IDEA 2006

Для компаний по всему миру дизайн стал стратегией, основой для их стремления обозначить, что они производят и чем занимаются. Но становится ли дизайн предметом потребления? Задумайтесь. То, что раньше считалось великолепным дизайном, сейчас называется всего лишь «хорошим», то, что когда-то было экзотикой, сейчас стало стандартом. Менеджеры повсеместно обращаются к этнографии, практичности, необычным материалам и эстетике — инструментам дизайна — чтобы разработать нечто инновационное. Разграничение изделий и услуг требует все более высокого уровня исполнения. В области дизайна планка поднимается все выше.

И лучше всего это стало заметно на вручении премии IDEA 2006. Чтобы получить золото в этом году, нужно было продемонстрировать высочайшее дизайнерское мастерство. Члены жюри отмечали, что актуальность дизайна и внешний вид являлись только основой для вынесения решения. Золотые лауреаты должны были внушать элемент восторга. Конкурс, проводимый при поддержке Business Week и состав жюри которого составляют независимые члены Американского Общества Промышленных Дизайнеров (IDSA), счита-

В этом году Азия увезла четверть всех золотых наград этого года, сравните этот показатель с 8 процентами прошлого года. Более того, планка качества поднимается все выше и выше.

ется одним из наиболее важных мероприятий подобного рода.

Глобальный брендинг

Каковы были главные сюрпризы в этом году? Впечатляющее выступление Азии, несомненно, стало одной из наиболее удивительных тенденций. Panasonic выиграла шесть наград, вдвое больше, чем какая-либо другая компания, и намного больше, чем любая американская или европейская корпорация. Китайская Lenovo Group, производитель компьютеров, получила два «золота», лучший результат среди всех компаний. Samsung Group завоевала одно «золото» и два «серебра» и по-прежнему остается впереди всех мировых корпораций, в том числе и Apple Computer, по количеству побед за последние пять лет.

По данным IDSA в 2006 году «процент победителей среди дизайнерских команд из Азии» вырос до отметки 25,9%. Это впечатляющий показатель по сравнению

с 7,9% в прошлом и 8,1% в 2004 годах. Такие хорошие результаты, показанные Азией, отражают огромные вложения в дизайн. Из 1533 мест на участие в конкурсах дизайна азиатские компании и организации купили 318. Десять лет назад этих мест было всего 12, большинство из которых приобрели японцы.

Сегодня китайские, тайваньские, корейские и гонконгские компании и правительства этих стран жертвуют огромные ресурсы на развитие дизайна с целью построить мировые бренды. Все меньше и меньше они конкурируют в цене и все больше — в установлении различий между изделиями, их актуальности и значимости для потребителя.

«Технологические группы»

Возьмите, например, Lenovo. Компания получила «золото» за компьютер Opti Desktop PC, разработанный специально для китайских геймеров, помешанных на технике. И, что более важно, она выиграла «золото» за исследования, проведенные совместно с ZIBA Design (Портленд, Орегон) для разработки Opti. Эти исследования, названные «Поисками души» китайского потребителя, помогли Lenovo обойти конкуренцию в цене, в которой компания сильно проигрывала на китайском рынке Dell, Hewlett-Packard и IBM. Lenovo и ZIBA тщательно изучили китайскую потребительскую культуру, «чтобы выяснить, какие элементы дизайна имеют наибольшую ценность и значение для определенных групп китайских потребителей», как было написано в заявке на участие.

ZIBA и Lenovo провели несколько месяцев, исследуя китайскую музыку, историю и различные предметы потребления, такие как мобильные телефоны, наблюдая за жизнью, работой и развлечением семей. В результате они выделили «пять технологических групп» в Китае: «социальные бабочки», «строющие отношения», «максималисты», «глубоко увлеченные» и «коллекционеры», у каж-

Touch Messenger

Золото в номинации Design Explorations

Разработчики: Samsung Design China (Korea), Samsung Design China (China), Samsung Design China (US)



Touch Messenger позволяет пользоваться сотовой связью слепым абонентам наравне с обычными пользователями сетей. Набранное текстовое сообщение преобразуется в речь посредством тексто-речевого конвертора. Инновационная форма дисплея и клавиатура Брайля наконец дают возможность слепым абонентам воспользоваться преимуществами этого развивающегося способа связи.

Удобная, изогнутая линия аппарата позволяет не только набирать текст любой рукой, но и нравится слепым с их повышенным чувством осязания, и зрячим, обладая простым, чистым, органичным обликом.

дого из которых есть свои собственные потребности. Форма и цвета Opti были подобраны в расчете на группу «глубоко увлеченных», ищущих ухода от действительности через игры онлайн.

Один из членов жюри, Дон Норманн (автор книг «Эмоциональный дизайн» и «Дизайн повседневных вещей») сказал: «Сначала все судьи с недоверием отнеслись к дизайну, но затем изменили свое отношение, когда исследования показали, что китайцы хотят видеть не наш холеный американский дизайн, а свой, созданный в соответствии с их культурой».

Красота и простота

Компании ZIBA принадлежит рекорд по полученным наградам среди дизайнерских консультаций — четыре медали, три из них — золотые. Она получила награду как лучшая компания по исследованиям и разработке стратегии за одно из самых популярных среди членов жюри изделий, спутниковое радио Sirius S50. Это устройство позволило переосмыслить популярную идею спутникового радио, с одной стороны, разработчики упростили процесс обращения с ним, но в то же время сделали возможным для слушателей сохранять музыку, получаемую через спутник. «Они прекрасно все продумали», сказал член жюри Алистер Хамилтон, вице-президент по корпоративному дизайну и интерфейсам пользователя в Symbol Technologies. «Теперь вы можете носить с собой музыку, полученную через спутник, и управлять ей по желанию».

Также были другие изделия, восхитившие жюри. Цифровой фотоаппарат EasyShare компании Eastman Kodak пользовался огромным успехом и завоевал «золото». Крис Конли, председатель жюри, назвал камеру «звездной», отметив ее дизайн, призванный сделать ее более простой в обращении. Crown Entertainment вновь стала призером в этом году, получив «серебро» за свой штабелер TSP6000. Палатка 2Seconds Quechua производства французской компании DECATHLON, которая открывается подобно бабочке, если ее подбросить в воздух, заслужила оглушительные аплодисменты и «золото».

Британский «умный» велосипед ENV Bike, разработанный, чтобы наглядно



Sirius S-50 Design Strategy

Золото в номинации Design Strategy

Разработчики: ZIBA Design, Inc. and Sirius Satellite Radio)



Lenovo Opti Desktop PC

Золото в номинации Computer Equipment

Разработчики: ZIBA Design, Inc. and Lenovo Group Limited (China)



продемонстрировать водородную систему тяги на топливной батарее, также получил золотую медаль. «Он был разработан, чтобы продать новую технологию», — сказал член жюри Хамилтон. «Люди поймут, что она перспективна, и начнут ее использовать».

Новые имена

Впервые IDSA вручала награды в области экодизайна. Среди победителей

KODAK EASYSHARE V570 Dual Lens Digital Camera

Золото в номинации Consumer Products

Разработчики:

Eastman Kodak Company and blueMap design



2SECONDS QUECHUA

Золото в номинации Consumer Products
Разработчики: DECATHLON (France)



Intelligent Energy ENV Bike

Золото в номинации Design Explorations
Разработчики: Seymourpowell (Great Britain) and Intelligent Energy (Great Britain)

SignalOne Safety Vocal Smoke Detector (VSD)

(Голосовой датчик задымления)

Золото в номинации Consumer Products

Разработчики: Bresslergroup and SignalOne Safety f/k/a Kidsmart



Голосовой датчик задымления использует записанный голос родителя, чтобы разбудить детей в случае пожара и дать им инструкции к эвакуации. Голосовой датчик в два раза эффективнее обычных датчиков задымления. Интерфейс устройства облегчает родителям запись голосового сообщения в случае тревоги путем подробной текстовой инструкции и голосовых подсказок. Другой особенностью является наличие монтажного кольца,

позволяющего направить громкоговоритель непосредственно на кровать ребенка из любого места комнаты. Процесс установки и замены батарей является легким. Датчик с его приятным дизайном, мягкими формами и низким профилем, легко сливается с дизайном комнаты ребенка, оставаясь профессиональным и заслуживающим доверия прибором. Голосовой датчик задымления достиг массового распространения через главные розничные каналы и широкую рекламу.

оказались дизайны двух офисных стульев, пары водонепроницаемых ботинок от Timberland и Keen Design Group, а также цифровой системы образцов ковров, которая оставила в прошлом ткани и материи. Члены жюри были недовольны небольшим количеством поданных заявок. «Дизайнерское сообщество не слишком информировано в этой области», сказал председатель жюри Конли. «С архитектурой дела обстоят лучше».

Этот год был удачным и для американских школ дизайна. Центр Искусств Колледжа Дизайна (Пасадена, Калифорния) и нью-йоркский Институт Пратта получили каждый по две награды. В отличие от них, у американских корпораций дела обстояли хуже. Timberland, производитель обуви и одежды, стала самой результативной среди американских компаний с тремя наградами, а Eastman Kodak выиграла одно «золото» и одно «серебро». Также среди лидеров оказалась канадская BRP с двумя медалями, французская DECATHLON и голландская Philips Design, обе с «золотом» и «бронзой», а также три азиатские компании — корейская Samsung с тремя наградами, и японская Panasonic и китайская Lenovo с двумя. Есть о чем задуматься.

Другим сюрпризом стало отсутствие в списках победителей известных имен компаний-консультантов по дизайну и инновациям. IDEO в этом году не выиграла ничего. Также ничего не получили @radical.media и Smart Design. В то же время у таких новичков как Formation Design Group из Атланты, blueMap Design из Нью-Йорка и designafairs из Мюнхена дела сложились удачнее. В 2006 году общее число победителей было меньше, всего 108, в отличие от прошлых лет 148. Золотых медалей в этом году было отдано 27 штук, в то время как в 2005 — 38. Безусловно, конкуренция возросла. От американских компаний было получено 995 заявок на участие, а остальные 499 — из 28 других разных стран мира. Дизайнерские игры становятся все более глобальными.

Полный список победителей конкурса IDEA 2006 г. можно просмотреть на сайте: <http://www.businessweek.com/innovate/IDEA2006/index.html>.

Источник: Business Week
<http://www.idi.ru>
<http://www.businessweek.com/>

ДЖАСПЕР МОРРИСОН



Джаспер Моррисон — лидер современного английского авангардного дизайна. Представитель «новой простоты». Творчество Моррисона в средствах массовой информации определяется как «но-дизайн».

Из всех человеческих доблестей англичане особенно ценят любопытство, предприимчивость, усердность и скромность.

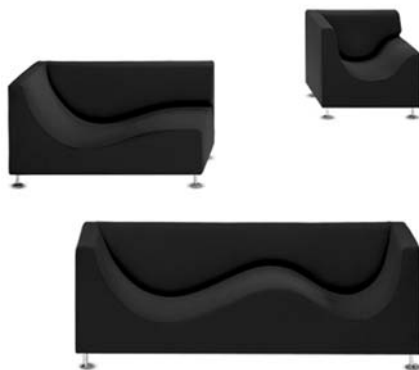
Джаспер Моррисон — 45-летний дизайнер — обладает всеми этими чертами, за что и заслужил репутацию стопроцентного англичанина и славу перво-го профессионала в своей области.

Родился в Лондоне. Обучался дизайну (1979–1985) в Кингстонском политехническом институте, Королевском колледже искусств в Лондоне, Высшей школе искусств в Берлине. В студенческие годы, в отличие от многих молодых дизайнеров, которые начинают свою творческую деятельность с изготовления предметов своим руками, Джаспер выискивал небольшие мастерские, которые соглашались изготовить предметы из готовых промышленных объектов. Так его Flower Pot Table 1984 года сделан из стеклянного круга, поддерживаемого простыми цветочными горшками.

По окончании учебы открывает собственное бюро «Дизайн-офис» (1986). Быстро добился успеха. Дизайнер известен своим аскетично-элегантным, ироничным стилем. Его произведения отличаются лаконичной простотой и практичностью. Проектирует все: от пластиковых подносов и бутылок до трамваев. Считает, что каждый аспект повседневной жизни достоин внимания и может стать предметом дизайна. Дизайн, по мнению дизайнера, нужно рассматривать не как особую сторону процесса производства, но как метод, который можно использовать для любой ситуации, чтобы улучшить ее с точки зрения эстетики, функциональности и ком-



Кресло Thinking Man's Chair. Прототип создан для Японской выставки, выпускается Cappellini. 1986



Джаспер Моррисон (Jasper Morrison) — 2 дивана и кресло Sofa Deluxe для Cappellini. 1991

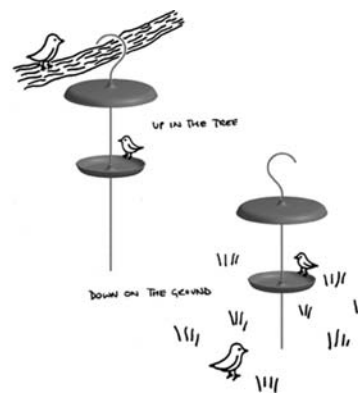


Luxmaster — светильники для компании Flos. 2000

мерции. «Роль дизайна — совершенствовать среду, улучшать качество повседневной жизни на фундаментальном уровне». Дизайнер настаивает, что, кроме выразительной эффектной формы, за которой гонятся многие дизайнеры,



Джаспер Моррисон (Jasper Morrison) и Джон Три (John Tree). Телевизор с плоским экраном. Концепт для Sony Europe. 1988



Стол Bird Table для Magis. Полипропилен. 2000



Набор столовых приборов для Alessi, 2004

существует множество важных аспектов, прежде всего — функция предмета.

«Мне кажется, что лучше оставаться собой и продолжать работать, чем делать то, что люди от тебя ожидают — красоваться, быть публичной фигурой

и носить розовые костюмы». Пару лет назад он выпустил вторую по счету книгу «Все, кроме стен» (Everything but the Walls), в которой изложил собственные принципы дизайна. Он опубликовал свои проекты и дал к ним короткие пояснительные тексты — преимущественно о том, что его вдохновляло во время работы над ними. «Я думаю, что очень многое из того, чем мы занимаемся в последнее время, — это переработка, — говорит Моррисон. Это гораздо правильнее, чем искать новые пути и пытаться заново изобрести велосипед. И это справедливо для любого дела, которым занимаешься. Когда тебе всего двадцать, ты просто придумываешь дизайн, но двадцать лет спустя ты уже просто воспроизводишь собственную же типологию. И понимаешь, что уже нет смысла производить какую-то вещь, пока не сможешь сделать ее гораздо лучше, совершенней». Прежде, чем приступить к выполнению заказа, дизайнер подробно изучает аналогичные предметы, для того, чтобы сделать объект более совершенный, более удобный, более простой. Так, работая над моделью стула Low Pad для Cappellini, Моррисон взял за образец любимый им стул из стали и кожи, созданный в 1956 году финским дизайнером Poul Kjaerholm, но использовал новые методы обивки и сделал очень удобный и, одновременно, долговечный стул.

«Мой недавний проект для Alessi — набор столовых предметов — занял несколько лет. Я пересмотрел, кажется, все вилки на свете, сделал тысячи выписок из исторических архивов, я понял все, что нужно понимать про вилки. Только представьте, что вам нужно сделать предмет, развивавшийся более тысячи лет, еще более совершенным. Можно же с ума сойти! Вам кажется, что вы создали шедевр, а когда вы получаете его с фабрики, то это выглядит просто как кусок металла с четырьмя зубьями. Представьте, что люди скажут, что это не самая совершенная вилка на свете. Получается, что вы просто потеряли время». Джаспер Моррисон распространяет принципы совершенства не только на вилки и дверные ручки, но и на сложные масштабные проекты — трамвайные вагоны для Ганновера (этот проект дизайнер характеризовал как изнуряющий, но интересный).

Джаспер Моррисон о дизайне

Дизайнер часто воспринимается как некто, придающий форму промышленным изделиям — человек, чья технологическая экспертиза обеспечивает последующее производство предмета. Как и многое другое, это непросто: подход к конкретной проблеме невозможно записать в виде инструкции — решение всегда приходит с неожиданной стороны. Волею случая форма может появиться в результате усердного анализа или, что гораздо приятнее, с помощью интуиции и удачи. Однако попытка ограничить возможность обнаружения подходящей формы, сосредоточившись только на двух ненадежных источниках — это ошибка.

То, что внешний вид объекта для большинства людей важнее, чем само его присутствие — факт, однако, возможно, мы придаем этому факту слишком большое значение. Если мы будем исходить из того, что форма не важна, мы сможем развить чувствительность к другим свойствам объекта. Проектирование, основанное на том, что мы позволяем другим характерным аспектам объекта «предлагать» ему форму, может быть шагом в правильном направлении.

Если мы считаем дизайн формулой, позволяющей извлечь из объекта максимум, тогда подход, зависящий от неоправданной новизны формы, становится явно недостаточным. Кроме того, избегая формы как первоисточника, мы можем найти более правильное решение. Нет нужды, чтобы внешний вид объекта возникал после многочасового вдумчивого анализа задачи или множества изрисованных листов бумаги. Он может быть зримым следствием идеи, процесса, материала или функции. Тогда он снова сможет обрести форму — пусть заимствованную у других объектов или украденную у себе подобных. Это не вызовет морального отторжения, если результат содержит нечто, чего прежде не существовало. Возвышение повседневных предметов фактически позволяет одновременно убить двух зайцев: достичь экономического эффекта и сформировать точку зрения, что явная обыденность исполнена великой красоты. Итак, описывать дизайнера как формотворца — неточно: он может быть им, но не только им, и чем меньше он занимается формотворчеством, тем лучше для нас.

<http://www.forma.spb.ru>

Промышленный и мебельный дизайн Джаспера Моррисона помог определить понятие «новой простоты». Дизайнер считает, что для него главным в дизайне «всегда является сближение дизайна с «нормальностью», я стараюсь избегать дизайна, который доступен только небольшому привилегированному кругу «посвященных».

Среди его работ: инсталляция Новостного центра Рейтер на Документе 8 в Касселе (1987); инсталляция «Несколько новых вещей для дома номер 1» в Берлине (1988); инсталляция «Несколько новых вещей для дома номер 2» для фабрики Витра в Милане (1989); 1993 г. — инсталляция в Музее прикладных искусств в Вене. Среди клиентов студии числятся: Cappellini, Alessi Spa; Canon Camera Division; Rowenta; Sony Design Centre Europe; Vitra International AG; Samsung Electronics и многие другие.

В 1992 г. Джаспер Моррисон получил Немецкую государственную награду в области дизайна (Bundespreis fuer Produktdesign) за серию дверных ручек, сделанных для «Франц Шнайдер Бракель ГмбХ». Его линия бытовой техники для Rowenta получила престижную премию Red Dot. А лондонский Design Museum выдвинул его в числе других четырех кандидатов на звание дизайнера 2005 года.

Сейчас дизайнер делит время между двумя студиями — лондонской и парижской, созданной несколько лет назад. Его компания «Jasper Morrison Ltd.» занимается разработкой мебели, бытовых приборов и всем тем, что окружает человека в повседневной и рабочей жизни.

Дизайн Моррисона честный, каким только может быть дизайн. Именно поэтому его так любят в Японии: для жителей Страны восходящего солнца это такой английский дзен. Философия молчания, скромности и усердия.

Сайт Джаспера Моррисона:
www.jaspermorrison.com.

По материалам:

«История дизайна», 2-й том,
С. Михайлов

«Looking for Atmosphere»,
интервью

с Федерикой Занко, 1999

Сайт Лондонского музея дизайна
Журнал «Новый Век 2000»

<http://www.designstory.ru>

Арт деко

Арт деко можно назвать не только течением, а, скорее, тенденцией в дизайне. Арт деко ведет свое происхождение из Франции 20-х годов, но в полную силу проявился в Британии и США в 30-х. Название происходит от Парижской выставки Декоративных и Промышленных искусств 1925 года, где этот стиль был представлен наиболее полно. Его источники весьма многообразны. На формирование стиля повлияли течения в изобразительном искусстве — кубизм и фовизм, но был в равной степени — Русский балет, африканские и другие неевропейские формы, в частности — египетское искусство, также он оказался под влиянием дизайнеров-протомодернистов — Джозефа Хоффманна, Франка Ллойда Райта и Адольфа Лооса. В арт деко часто использовались роскошные, дорогие материалы — слоновая кость, эмаль, шагрень, эбонит. Мебель, изделия и архитектура этого стиля выглядят тяжеловесными, в них весьма заметны классицистические и египетские мотивы. Наиболее яркие представители арт деко — Жак-Эмиль Рулман, Рене Лалик, Жан Дюнан и А. М. Кассандр, чьи графические работы выдают его приверженность классицизму, но в равной степени — влияние футуристов и кубистов.

Однако, арт деко — стиль не безупречный. Когда он использовался в общественной сфере, драгоценные материалы заменялись имитацией. Например, в многочисленных кинотеатрах «Одеон», открывавшихся в 30-х годах в США и Британии, богатые эффекты создавались при помощи дешевых технологий — использовался хром, цветное стекло и крашенный бетон. «Стиль Одеона», его дешевая роскошь были интерпретированы впоследствии как попытка создать противоядие к общему унынию по причине экономического спада этого десятилетия.

Новые материалы, например, бакелит, успешно использовались в арт деко, из него было легко отливать лепные украшения, а вариативность бакелита (он мог быть полупрозрачный или под мрамор) прекрасно подходила для новых продуктов, таких, как радио.

В целом арт деко был ремесленный стиль. На Парижской выставке 1925 года было много критики в его адрес, в особенности, от вдохновленных модер-

низмом дизайнеров. Интерес к арт деко возродился в 60-х.

По мотивам: Guy Julier «Dictionary of 20th-century design and designers»

Деконструктивизм

Термин «Деконструктивизм» появился в архитектурном дизайне в конце 80-х. Критики определили его как тенденцию к агрессивному соединению форм и использованию геометрически упорядоченных зон интенсивного цвета. Признаки деконструктивизма усматривают в некоторых архитектурных работах Франка Гери, Питера Эйзенмана и Заха Хадида. Выставка, организованная Филиппом Джонсоном в Музее Современного Искусства в Нью-Йорке (1988) закрепила значение термина.

Хотя некоторые из работ демонстрировали формы, подобные изломанным формам конструктивизма, параллели с русским течением 20-х были случайны. Деконструктивные мотивы присутствовали в проектах, которые были, большей частью, представлены в планах и моделях. Эти проекты, в основном, так и остались в «бумажной» стадии. Визуальная сложность стиля нашла отражение в некоторых графических работах датских и американских дизайнеров.

По мотивам: Guy Julier «Dictionary of 20th-century design and designers»

Китч (кич)

Происхождение слова имеет несколько версий: 1) от немецкого музыкального жаргона начала 20-го века Kitsch — по смыслу «халтура»; 2) от немецкого verkitschen — удешевлять; 3) от английского for the kitchen «для кухни» (подразумеваются предметы плохого вкуса, для которых нет места в «приличном» помещении).

Китч в общем смысле относят к явлению самых нижних пластов массовой культуры. Это синоним псевдоискусства, лишённого эстетической ценности, снабженного примитивными, рассчитанными на внешний эффект, деталями.

В дизайне термин «китч» употребляют как антитезу хорошего дизайна. Первоначально термин использовался для определения нефункциональных предме-

тов типа подарков и безделушек. Впервые его использовал как эстетическую (точнее, антиэстетическую) категорию философ Фриц Карпфен в 1925 году. Позже значение слова расширилось, и оно стало определять некоторые элементы популярной культуры: определенные приемы рекламы и «trashy»-литературу.

В 50-х годах китч-дизайн достиг своего расцвета. В этот период была произведена масса дешевых безвкусных изделий, преимущественно из пластмассы. Это явление поощрялось защитой прав потребителей и было как бы реакцией на официально пропагандируемые каноны «Хорошего дизайна». В 60-х термин «китч» еще использовался в негативном смысле, но уже к 70-м явно «китчевые» объекты стали нарочито использовать в радикальных интерьерах. Через насмешку над хорошим вкусом китч наконец-то обрел реальную почву для оправдания своего существования.

По мотивам словаря «Эстетика» и Design of the 20th Century

Конструктивизм

(от лат constructio — построение)

1. Направление в советской художественной культуре в 20-х гг., выдвигавшее на передний план конструктивно-техническую сторону художественного творчества. Для конструктивизма характерна критика станковизма и созерцательности в искусстве, стремление реализовать в художественном творчестве требования конструктивной целесообразности, рациональности, функциональной оправданности, экономии.

Конструктивизм своеобразно отразил пафос революционной самостоятельности 20-х гг., выдвигая требование превращения искусства в жизнестроение, то есть, в творчество целесообразных форм, организующих реальную общественную жизнедеятельность.

В той или иной форме идеи конструктивизма получили отражение во всех видах искусства (напр., творчество К. С. Малевича и Л. М. Лисицкого в живописи, сценические площадки театра Мейерхольда и др.), но перспективными они оказались лишь в прикладном искусстве и архитектуре, поскольку требования конструктивности и функциональности совпадали с объективной

тенденцией развития этих видов искусства. Применительно же к музыке, литературе, изобразительным искусствам призывы превратить художественное творчество в функционально-практическое конструирование оказались не состоятельными.

Некоторые его сторонники вскоре отказались от крайностей конструктивизма и стали активными борцами за социалистическое искусство, другие (напр., Л. М. Лисицкий, А. М. Родченко) перешли от абстрактного к реальному предметотворчеству и стали первыми советскими дизайнерами. Те же, кто настаивал на самоценности конструктивных экспериментов, оказались в лагере модернизма.

Представители конструктивизма в архитектуре, оформившегося под воздействием концепции «производственного искусства» (братья Веснины, М. Я. Гинзбург, И. И. Леонидов, К. С. Мельников и др.), в своих проектных и теоретических работах, по сути дела, заложили основы советской архитектуры и градостроительства, разработали принципы художественного конструирования, стали авторами первых советских павильонов на международных выставках.

Конструктивизм оказал сильное влияние на формирование эстетических теорий немецкого Баухауза и западноевропейских функционалистов.

2. Стиль советской архитектуры конца 20 — середины 30-х гг. XX в., характеризующийся графической четкостью композиции, отсутствием декора, чередованием горизонтальных «ленточных» окон, глухих плоскостей и вертикальных лент остекления лестничных клеток. В этом смысле конструктивизм выступает обобщающим понятием, характеризующим стилистику столь разных мастеров, какими были архитекторы М. Я. Гинзбург, И. С. Николаев, Б. М. Иофан (автор проекта жилого комплекса и кинотеатра «Ударник» в Москве), Г. Б. Бархин (автор проекта комбината «Известия» в Москве) и др.

Словарь «Эстетика», 1989

Мемфис

Дизайн предметной среды 80-х — это, прежде всего, стиль «Мемфис».

Абсолютная свобода самовыражения — допустимо все!

В этом стиле сложно выделить «формообразующие черты», потому что он ориентирован исключительно на выражение самобытности дизайнера. Но общее, объединяющее — это острота жеста, смелая игра материалами, фактурами и формами, виртуозное смешение стилей.

Вначале была идея. Идея, что существующий метод дизайна противоречит современному состоянию человеческого общества. Мир стремительно меняется, темпы смены модных циклов ускоряются. Дизайн, ориентированный на абсолютное и вечное, парадоксально недолговечен, потому что предметная среда устаревает очень быстро и это «старение» уже запрограммировано в ней. Дизайн нужно было приблизить к потребностям общества, согласовать его с законами устаревания. Или, наоборот, сделать дизайн «надмодным» — то есть изъять из него формальные стилеобразующие черты.

В 1981 была создана группа «Мемфис», объединение дизайнеров. Этторе Соттсасс, Микеле де Лукки, Андреа Бранци.

Были созданы коллекции почти уникальных, микросерийных предметов. Но образы из этих коллекций были ретражированы во множестве рекламных и журнальных публикаций. По сути, была проведена мощная рекламная акция по внедрению нового проектного метода. И вот, из выставочного феномена идея «Мемфиса» мгновенно превратилась в реальный фактор формирования среды. Группа ежегодно проводила выставки своих коллекций. Новое направление было заявлено его создателями как «новый международный стиль». И, действительно, очень скоро стиль «Мемфис» стал самым влиятельным в мировом дизайне.

Итак, как ЭТО выглядит? Самое главное — объекты «Мемфиса» РАДУЮТ ГЛАЗ. Это мир яркого, чистого цвета. Сопоставление цветов острое, на грани китча, но в этом и выражается виртуозность — балансировать на грани. Парадоксальная смесь форм, текстур и фактур, материалов. Неожиданные акценты. Определяющее слово — ИГРА. Игра красками и формами. И никакого нарочитого усложнения формы. Мир наполнен вещами, мир многообразен и очень сложен. Человеку трудно воспринимать такой мир — многообразие элементов мира превращается просто в визуаль-

ный шум. Отдельный объект должен восприниматься легко. Зачем усложнять мир еще больше?... И обязательно — самобытность, оригинальность, выразительность. Каждый предмет имеет характер.

Если проводить аналогии образного языка «Мемфиса» с языком вербальным (словесным), то это не просто живая речь, а сленг, который может быть вульгарным, даже неприличным, но всегда исключительно выразителен и точен.

Формула «Мемфиса»: абсолютная свобода творческого самовыражения и проектный реализм.

В 1985 году группа «Мемфис» провела выставку «Домашние животные». Была выставлена мебель. Мебель с характером. Это оживающая мебель, к ней уже нельзя относиться внеэмоционально, с ней нужно уживаться, как с домашними любимцами.

Выполнив свою задачу, создав новый выразительный пластический язык, новую визуальную культуру, группа прекратила свое существование в 1989 году.

Модерн

МОДЕРН (фр. moderne — современный, новый) — русское наименование стиля в европейском и американском искусстве конца XIX начала XX в. (соответственно «ар нуво» — во Франции и Великобритании, «югенд-стиль» — в Германии, «сецессион» — в Австрии и т. п.). Модерн представляет собой совокупность попыток сформировать целостный, противостоящий эклектике художественный стиль в архитектуре и декоративном искусстве. Теоретическим основанием модерна были труды Рёскина («Семь светочей архитектуры», 1849), первой творческой лабораторией деятельности У. Морриса и прерафаэлитов в Англии. Представители модерна — Х. ван де Вельде (Фолькванг — музей в Хагене), Ч. Р. Макинтош (школа искусств в Глазго), Г. Гимар (оформление метрополитена в Париже), А. Гауди (дом Мила и другие постройки в Барселоне), Ф. О. Шехтель (Ярославский вокзал, бывший особняк Рябушинского в Москве), В. Орта (отели «Тассель» и «Сольвей» в Брюсселе) и другие. Модерн отличают поэтика символизма, высокая дисциплина композиции, подчеркнутый эстетизм в трактовке утилитарных деталей, декоративный ритм гибких, текучих

линий, увлеченность национально-романтическими мотивами, акцент на индивидуальной изобретательности художника. Характерные для многих мастеров модерна рационализм, внимание к функциональной организации пространства, увлеченность новыми материалами (металл, стекло, керамика) несли в себе зародыш эстетических программ функционализма и конструктивизма в искусстве XX в.

Словарь «Эстетика», 1989

Модернизм

МОДЕРНИЗМ (от французского. *moderne* новейший, современный) — художественно-эстетическая система, сложившаяся в 20-х гг. XX века, как своеобразное отражение духовного кризиса буржуазного общества, противоречий буржуазного массового и индивидуалистического сознания. Модернизм объединяет множество относительно самостоятельных идейно-художественных направлений и течений, различных по социальному масштабу и культурно-историческому значению (экспрессионизм, кубизм, футуризм, конструктивизм, имажинизм, сюрреализм, абстракционизм, поп-арт и другие), каждое из которых имеет определенную идейно-эстетическую и художественно-стилевую специфику, но вместе с тем обладает принципиальной философско-мировоззренческой и социокультурной общностью с другими. Становление модернизма как законченной художественно-эстетической системы и соответствующего типа мировосприятия было подготовлено такими его стадиями, как декадентство и авангардизм.

Названные стадии и формы модернизма были своеобразным протестом по отношению, с одной стороны, к социально-деструктивным процессам и тенденциям в буржуазном обществе и его духовной жизни, а с другой — к таким характерным для художественной культуры позднего капитализма явлениям, как эпигонское повторение канонизированных форм и стилей, выработанных реализмом и романтизмом XIX в.; пассивное, поверхностное копирование действительности, заявленное натурализмом; отмеченные печатью содержания и формального разрушения

академизм и салонность художественного творчества.

Протестуя против таких тенденций модернизм, однако, обнаруживает стремление не к их преодолению, а к трагически-болезненной эстетизации. Ощущая дисгармонию мира, антигуманность отношений в буржуазном обществе, отчуждение личности, несвободу и нестабильность положения художника в мире капитала, модернизм отрицает при этом возможности предшествовавшей культуры не только противостоять силам разрушения, но и выразить свое отношение к ним, адекватно их запечатлеть в искусстве. Отсюда резкий, а подчас и воинствующий антитрадиционализм модернизма, подчеркнутый эстетический антинормативизм, приобретающий нередко бунтарско-эпатирующий и экстравагантно декларативный характер, которые заявляются как основные творческие принципы в эстетических программах и манифестах модернизма и реализуются художниками-модернистами на практике.

Философско-мировоззренческой основой модернизма послужили идеи иррационалистического волюнтаризма Шопенгауэра и Ницше, интуитивизма Бергсона, феноменологии Э. Гуссерля, психоанализа Фрейда и Юнга, экзистенциализма Яйдеггера, позднее Сартра и Камю, социальной философии Франкфуртской школы (прежде всего Адорно и Г. Маркузе). В художественных произведениях, эстетических трактатах и публицистических декларациях модернизма мир чаще всего предстает жестоким и абсурдным, противоречия и конфликты — неразрешимыми и безысходными, человек — одиноким и обреченным, его действия и поступки бессмысленными и бессильными, а обстоятельства, в которые он заключен, враждебными ему и непреодолимыми. Преобладание мрачного колорита, пессимистических настроений и тревожных, томительных предчувствий, сознание непознаваемости и неизменности бесчеловечного мира — таков эмоциональный настрой произведений модернизма в литературе (Ф. Кафка, Дж. Джойс, А. Камю и др.) и театре (Э. Ионеско, С. Беккет, Ж. П. Сартр и др.), в изобразительном искусстве (О. Кокотка, С. Дали, О. Цадкин и др.) и музыке (А. Шенберг, П. Булез, К. Шток-хаузен, К. Пендерецкий и др.), ярко характеризующий трагедию отчуждения личнос-

ти, саморазорванности ее сознания, некоммуникабельности, крушения гуманизма, исторического тупика, застоя или движения по замкнутому кругу. Даже те произведения модернизма, где доминируют светлые, элегические или даже радостные эмоции (например, у Кандинского, М. Шагала, П. Мондриана, И. Стравинского, О. Мессиана, М. Пруста, Элиота и др.), проникнуты мотивами утраты связей с реальностью, культурой, природой, обществом, миром вещей; одиночество и иллюзорная свобода художника, замкнутого в пространство своих фантазий, воспоминаний и субъективных ассоциаций или умозрительных конструкций.

Эти общие тенденции для различных направлений и течений модернизма не исключают разнообразия их стиливых поисков. В крайнем своем воплощении формальные искания модернизма направлены на абстрактное отрицание предшествовавших художественных форм и основных эстетических принципов: изобразительности — в изобразительном искусстве (абстракционизм, поп-арт); звуковой организованности (мелодии, гармонии, полифонии) — в музыке (конкретная и электронная музыка); осмысленности художественной речи в словесном искусстве (дадаизм, сюрреализм), логики развертывания драматического действия — в театре (театр абсурда, хэппенинг) и т. д. Стиливое новаторство становится самоцелью даже у самых талантливых представителей модернизма. Отсюда нередкая тенденция смены стилей одним и тем же художником (П. Пикассо, И. Стравинский, Дж. Джойс). Открытие и освоение модернизмом ряда новых художественных средств (поток сознания, коллаж, ассоциативный монтаж и др.) определило известное влияние модернизма на крупных художников-реалистов XX века.

Формальные же изыски позднейших представителей модернизма (постмодернизм) нередко приводили к размыванию грани между эстетическим и внеэстетическим, прекрасным и безобразным, искусством и неискусством. Таким образом, модернизм в крайних своих проявлениях объективно приходит к самоотрицанию себя как искусства, эстетики, как явления культуры.

Словарь «Эстетика», 1989

Постиндустриализм

Постиндустриализм — это термин, который определяет отношение постмодернистского подхода к дизайну — проектирование объектов и производства их вне индустриального мейнстрима. С 1910 г. методы массового производства, разработанные еще фордизмом, доминировали в дизайне и промышленности. Но на протяжении 70-80-х XX в., когда западная экономика стала менее склонной к массовому промышленному производству и более приспособленной к удовлетворению индивидуальных желаний заказчика, многие дизайнеры начали работать по типу «on-off» или создавать ограниченные серии изделий.

Этот тип организации работы не только полностью отражает природу постиндустриализма, но также позволяет дизайнерам экспериментировать и самовыражаться в творчестве более свободно, поскольку они перестали быть скованными долгим производственным процессом. Такие дизайнеры, как Рон Арад и Том Диксон, создают «rough-and-ready» (термин, означающий «сделанные наспех, небрежно, но так, что ими можно пользоваться по назначению») артефакты. Это сознательное дистанцирование от точного стандартизированного массового производства.

К примеру, проигрыватель Concrete Рона Арада (1984) противоречит «хорошей форме», ассоциируемой с аудиооборудованием, производимым такими компаниями, как Bang&Olufsen. Постиндустриализм сообщает постмодернистскому дизайну риторическое и ироничное содержание. Он возвещает идею «usable artwork» («годные к практическому использованию произведения искусства») и таким образом создает новую область для дизайнерской практики.

Перевод из «Design of the 20-th Century»

Радикальный дизайн

«Мы хотим принести в дом все, что раньше оставалось снаружи: нарочитую банальность, сознательную вульгарность, урбанистические элементы и порок». Это написали члены группы Archizoom Андреа Бранци, Массимо Морозци, Паоло Доганелло и другие о своих преувеличенно «безвкусных» кроватях Dream. Вместе с группами Суперстудия (Superstudio), UFO и Струм (Strum),

Archizoom были движущей силой Радикального дизайна, которое возникло во второй половине 60-х в рамках течения Радикальной Архитектуры (термин предложил Germano Gelant в году). На фоне студенческих протестов и радикальных изменений на рынке искусства, с приходом концептуального искусства и Arte Provera, молодые бунтари использовали всестороннюю критику общества, поднимали вопрос о союзе дизайна с промышленностью, вели наступление на догматическую веру в формальные предписания рационализма и функционализма. (Такою же антагонистическую позицию занимал Антидизайн).

На выставке «Италия: Новый Домашний Ландшафт», состоявшейся в Музее Современного Искусства в Нью-Йорке в 1972 году, Суперстудия представила свою концепцию в эскизах, коллажах, фотомонтажах. Радикальный дизайн предпочитал проектированию новых продуктов разработку альтернативной среды обитания, нового жизненного пространства. Этторе Соттсасс, который подвергал сомнению неизменность цикла производства и потребления с начала 60-х годов, и художники Уго Ля Пьетра и Газтано Пеше также принимали участие в движении, которое вскоре стало доминантным в мире дизайна.

В среде возмутителей спокойствия, участников Радикального дизайна, развивалось одно очень оптимистичное направление. Открытие новых формальных возможностей вызвало волну экспериментов, результатом которых стало появление стула-мешка Sacco (Gatti/Paolini/Teodoro), огромной бейсбольной перчатки — софы Joe (De Pas/ D'Urbino/ Lomazzi), вешалки для одежды Cactus и софы Lip (Gufam). Родился Поп-дизайн. Кампании Cassina, C&B Italia, Zanotta имели смелость начать производство этих предметов, которые стали «иконами от дизайна».

К середине 70-х Радикальный дизайн пережил пик своего расцвета, их надежды на социальные изменения через дизайн и архитектуру не оправдались. Оглядываясь назад, можно сказать, что это течение вымостило путь для появления новых лидеров «Поп-дизайна», «Алхимии» и «Мемфиса», эффективно и всесторонне обновивших итальянский дизайн.

Перевод из «Design Directory Italy»

Фрогдизайн

Frogdesign, основанный Хармутом Эсслингером в 1969 году, сегодня одна из самых знаменитых немецких консалтинговых фирм в области дизайна. Хармут Эсслингер родился в 1945 году и получил образование инженера-электрика в Штудгардском университете, позднее учился дизайну в Гмунде.

В настоящее время Фрогдизайн имеет свои офисы в Германии и Японии, работает с такими клиентами как AEG, Erco, Apple Computers, Sony. Основная область профессиональных интересов — электроника и мебель.

В числе их недавних проектов — Apple 11GS (персональный компьютер для работы с графикой и звуком), компьютер NeXT и прототип 35-миллиметровой SLR камеры для Olympus. Их проекты, как правило, тщательно продуманы с точки зрения коммерческого успеха. И это более яркий, выразительный немецкий дизайн, чем холодный стиль Дитера Рамса.

Фрогдизайн также много вкладывает в собственные дизайнерские эксперименты. Среди таких разработок — предметы, предназначенные для помощи пожилым людям. Например, телевизор с вращающимся экраном, который можно смотреть из любого положения.

Перевод из «The Illustrated Dictionary of Twentieth Century Designers»

Функционализм

Термин «функционализм» используется для определения широкого круга понятий, а не только для отдельного стиля. Тем не менее, в узком смысле, он определяет особый путь развития дизайнерской мысли.

Основателем функционализма считается американский архитектор Льюис Салливан. В 1896 году он опубликовал эссе, в котором прозвучал ставший потом всемирно известным тезис: «форма следует функции». Он подразумевал, что при проектировании образа объекта нужно руководствоваться внешними факторами — физическими, климатическими. Но удачная формулировка быстро распространилась и, в отрыве от контекста, видоизменилась. Вместо внешних факторов определяющей стала функция самого объекта.

Со временем, особенно после появления в дизайне «Современного течения», этот термин стал взаимозаменяем с термином «Рационализм». Понятием «функционализм» нещадно пользовались по любому поводу, им злоупотребляли и, нередко, преувеличивали его значение. Рейнер Банам и Тим Бентон приводят убедительные аргументы, что термин был переосмыслен в согласии с теорией Ле Корбюзье.

По мотивам: Guy Julier «Dictionary of 20th-century design and designers»

Футуризм

Футуризм (от лат. futurum — будущее) авангардистское течение в европейском искусстве 10–20-х гг. XX в. Сложился в Италии. В творческой практике итальянских живописцев У. Боччони, Дж. Северини и других проявилась тенденция сделать предметом искусства динамизм как таковой. Отрицание традиционной культуры, ее художественных ценностей, культ техники, индустриальных городов (урбанизм) приобретал у итальянских футуристов антигуманистический характер: по утверждению итальянского писателя Ф. Т. Маринетти (вождя и теоретика футуризма, автора «Манифестов итальянского футуризма» 1909–1919), жизнь мотора волнует больше, чем улыбка или слезы женщины.

В живописи футуристов, представлявшей собой хаотические комбинации плоскостей и линий, дисгармонию цвета и формы, человек нередко трактуется как подобие машины. Отрицание гармонии как принципа искусства присуще и футуристической скульптуре. Требование «открыть фигуру, как окно», стремление передать светопроницаемость и взаимопроникновение объемов приводило к модернистской деформации. Поэзия футуристов заумна, нацелена на разрушение живого языка; это образец насилия над лексикой и синтаксисом.

Футуристическая абсолютизация динамики и силы, творческого произвола художника в социально-идеологическом плане обнаружила различные тенденции. В итальянском футуризме она обернулась прославлением войны в качестве «единственной гигиены мира», воспеванием агрессии и насилия, поэтизацией империализма. В сочетании с

ярким национализмом все это привело итальянских футуристов к союзу с фашистским режимом Муссолини.

В других странах Запады футуризм был представлен немногочисленными группами. Сложившийся в России «кубофутуризм» лишь терминологически и некоторыми формальными чертами перекликается с итальянским футуризмом, отличаясь от него социально-классовой основой и конкретно-эстетическим содержанием. Русским футуристами были свойственны черты мелкобуржуазного анархического бунтарства, левацкий радикализм по отношению к культурному наследию, крайности формалистического экспериментаторства. После Октябрьской революции русские футуристы заявляли о своем желании создавать социалистическую культуру, искусство будущего, революционизировать быт. Во многом эстетические крайности футуристов, группировавшихся вокруг журнала «Леф» (редактор — Маяковский), были своеобразной реакцией на односторонность рапповской критики. К концу 20-х гг. в процессе развития социалистического художественного сознания и организационного объединения различных художественных группировок футуризм в России прекратил свое существование.

Словарь «Эстетика», 1989

Хай-тек

Термин «хай-тек» первоначально использовался для описания архитектурных проектов середины 60-х годов XX в. века небольшой группы архитекторов. В эту группу входили, помимо прочих, Норман Фостер и Ричард Роджерс.

Происхождение хай-тека связывают с течением «Радикального дизайна», участник которого, Бакминстер Фуллер, работал и с Фостером и с Роджерсом. Затем идеология хай-тека была усилена теориями группы Archigram.

Термин «хай-тек» не связан с электроникой, компьютерами, робототехникой. В архитектуре он подразумевает отказ от традиционных «неуклюжих» строительных материалов (камня, дерева, кирпича) в пользу нетрадиционных синтетических материалов (асбестовой плитки, стекловолоконных изоляционных материалов, стальных балок перекрытия и пластиковых окон).

Иногда это абсолютно «машиноподобные» формы, явно заимствующие детали массового производства.

Хай-тек в дизайне придерживается основных принципов архитектурного хай-тека. Здесь тоже применяются элементы, произведенные массовой промышленностью: проволочная сетка, пластиковые трубы, гальванизированная сталь и антифрикционная резина. Этот стиль чаще используется в мебельном и интерьерном дизайне, а в промышленном дизайне применение подобных элементов подчас вызывает идиосинкразию.

По мотивам: Guy Julier «Dictionary of 20th-century design and designers»

Хороший дизайн

«Хороший дизайн» основан на рациональном подходе к процессу проектирования, результатом которого являются изделия, созданные в соответствии с формальными, техническими и эстетическими принципами Современного движения. Нью-Йоркский Музей Современного Искусства организовал первую выставку «Хорошего дизайна» в 1950 году при участии Чарльза и Рэй Имс. Проекты-победители были выбраны жюри из трех человек и получили специальный сертификат, как объекты «Хорошего дизайна». В Европе, особенно в Германии были хорошие предпосылки для развития «Хорошего дизайна». Макс Билл, сооснователь Ульмской школы, стал продвигать идеи «Хорошего дизайна», основы которого были заложены еще в Баухаузе. При участии Билла в Германии были организованы выставки «Die Gute Industrieform». Идея «Хорошего дизайна» была подхвачена фирмой Браун, где разрабатывал свою функциональную электронику Дитер Рамс. В Англии «Хороший дизайн» активно пропагандировался Советом Дизайна через выставки и журнал. На объекты «Хорошего дизайна» ставилась специальная метка «kitemark» — своеобразный знак качества. В 60-е годы идеи «Хорошего дизайна» подвергались критике, а диктат «хорошего вкуса» ставился под сомнение.

Перевод из Design of the 20th Century

<http://sreda.boom.ru/style.htm>

ТРУДЕН ПУТЬ К ДОБРЫМ ДЕЛАМ

Я живу с семьей в Подмоскowie в своем собственном домике. Сосед, живущий в соседнем доме, — человек в наших местах известный. Он — руководитель немаленькой строительной организации. Избирался депутатом.

Однажды, переговариваясь по-соседски через забор, мы заговорили о новом деревянном красавце храме, построенном не очень далеко от нашего поселка.

— Надо бы помочь, — сказал сосед.

— Надо, — откликнулся я, — но учти, что этому храму уже помогают очень небедные люди, а вот в соседней деревне, но в стороне от нас стоит уже скоро двести лет церковь, и вот ей, как я знаю, помогают. Но не очень. И ограда покосилась, и штукатурка облупилась — да мало ли чего.

Сосед-строитель загорелся: — Давай я помогу по строительной части. Ты настоятеля знаешь?

Я сказал, что лично не знаком, но знаю о его хороших делах. Настоятель той церкви старался организовать или мастерские, или получить побольше помещение, чтобы там собирать молодежь, которую он Словом Божиим пытается отвратить от алкоголизма, табакокурения, наркомании. Но с землей, особенно в хороших местах, у нас в Подмоскowie непросто, и пока он собирает молодежь или в храме, или в приходской пристройке к храму.

— Договорись с настоятелем, и мы с тобой подъедем, посмотрим, что нужно, — сказал сосед.

Так и порешили. Я через знакомого человека, члена церковного совета, попросил настоятеля уделить нам время, объяснил — для чего. О встрече договорились. Дело было зимой. Шли большие снега, да и морозы были серьезные.

В утро для встречи я решил уточнить — нет ли отмены. Выяснилось, что настоятель сильно заболел — воспаление легких. Но ради такого дела он с попутной машиной доберется до храма.

Зашел к соседу — у меня тогда машины не было, а сосед ездил на громадном джипе, — и мы поехали.

Надо сказать, что батюшка подробно объяснил, как лучше доехать до церкви — сначала по нашему шоссе, потом по кольцевой автодороге, потом выехать на другое шоссе, где свернуть и т. д. Дело в том, что деревня со старой церковью располагается между двумя шоссе — нашим и соседним. Вся дорога по шоссе была километров пятнадцать (из-за объезда).

Я все объяснил соседу. Но он решил по-своему: — Поедем напрямик, по зимнику — быстрее будет, — сказал он.

Снег той зимой шел не переставая недели две, по грунтовке (зимнику) почти не ездили, и огромный, тяжелый, но для такой дороги не приспособленный японский джип, проехав километр, забуксовал. Так-пык, тык-пык — не едет машина.

Я по мобильной связи позвонил жене — объяснил ситуацию и попросил связаться с батюшкой с городского телефона. Жена перезвонила мне и сказала, что настоятель будет нас ждать.

А в это время сосед, обругав водителя, послал его искать машину, которая вытащит нас. Водитель нашел старенькую «Ниву». Она ехала по дороге очень резво. Буксировочного троса в машине соседа не оказалось, у владельца «Нивы» — тоже. Но он куда-то отъехал, с кем-то договорился — и привез трос. Прицепили, поехали. Маленькая «Нива» потащила-таки наш огромный японский

джип. Но ненадолго. Ее водитель неудачно повернул руль, и «Нива» сама сползла в кювет. А может, виноват был водитель джипа — не знаю.

Сосед распалился и вновь погнал своего водителя за подмогой. Тот куда-то исчез и вернулся уже на КАМАЗе. А я в это время позвонил супруге и объяснил обстановку. Она вновь позвонила священнику (воспаление легких!) и он заверил, что ждет нас.

КАМАЗ вытащил «Ниву», вытащил нас, уехал. Мы вновь поехали по зимнику и снова застряли. Сосед разбуживался, позвонил в свою службу охраны и велел из-под земли достать «Беларусь».

Стемнело, по полю катались мальчишки на снегоходах. Сосед вышел размяться. Ребята остановились у «стреноженной» огромной машины.

— А сколько твой снегоход стоит? — спросил сосед у одного из ребят.

— У меня дорогой, пять тысяч баксов, — ответил парнишка.

— Разок в ресторане посидеть, — прокомментировал сосед.

Появился трактор «Беларусь» и джип с охраной. Общими усилиями трактор прицепили к джипу соседа.

— Ну, уже поздно, давай домой, — сказал мне сосед.

Я позвонил жене и попросил как-то объяснить дело батюшке.

Когда мы приехали и разошлись по домам, супруга сказала, что она звонила настоятелю и с моих слов все объяснила. Священник выслушал ее и сказал:

— Труден путь к добрым делам.

Больше с соседом к храму я не ездил.

Помогать можно и без соседа.

Главное, ты сам помоги.

Кирилл Москаленко