Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет прикладных искусств

Кафедра ***«Дизайн»***

Т.Ю. Благова

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА

Учебное пособие

Рекомендовано ДВ РУМЦ
в качестве учебного пособия для студентов специальностей 070601
«Дизайн», 070603 «Искусство интерьера»,
070801 «Декоративно-прикладное искусство»,
050502 «Технология и предпринимательство»
вузов региона

Благовещенск
2008

ББК 37.24-2 я 73
К 88

Печатается по решению редакционно-издательского совета факультета прикладных искусств Амурского государственного университета

Благова Т.Ю.
Теория и методология дизайна. Учебное пособие. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2008. – 90 с.

Пособие предназначено для студентов специальности 070601 «дизайн костюма» (6-й семестр), может использоваться студентами специальности 070601 «дизайн среды», 070603 «искусство интерьера», 050502 «технология и предпринимательство», 260902 «конструирование швейных изделий», 260704 «технология текстильных изделий». Теория дизайна в пособии – результат диссертационного исследования. В нем представлены принципы, методы, этапы дизайн-проектирования, качества дизайн-продукта; подробно рассмотрены цели и задачи, определение дизайна, их интерпретация с различных точек зрения; изображена модель специалиста-дизайнера, его профессиональные качества и мировоззрение; раскрыт педагогический потенциал дизайна. Основные положения пособия могут использоваться на предмете «технология и предпринимательство» общеобразовательной школы.

Рецензенты: ***В.М. Видгоф****, доктор философских наук, профессор кафедры этики, эстетики и культурологии Института искусств и культуры Томского гос. ун-та, академик Гуманитарной академии наук;*

Л.М. Калниш*, зав. кафедрой технологии, предпринимательства и методики преподавания Благовещенского гос. пед. ун-та, доцент, кандидат пед. наук*

© Амурский государственный университет, 2008
© Благова Т.Ю., 2008

Содержание

Введение 4
1. Социокультурные предпосылки возникновения дизайна 5
2. Специфика термина «*дизайн*» 8
3. Цели и задачи дизайна 13
4. Ценностные основания дизайна 15
5. Место дизайна в структуре человеческой деятельности 21
6. Объекты дизайнерской деятельности 24
7. Стили дизайна 28
8. Качества дизайн-продукта 30
9. Принципы дизайна 35
10. Основные методы дизайна 37
11. Основные типы проектирования 39
12. Этапы процесса дизайн-проектирования 45
13. Модель специалиста-дизайнера 48
14. Основные категории творчества 54
15. Базовые понятия теории дизайна 57
Заключение 58
Методические рекомендации к лабораторным работам 58
1. Методика измерения качества дизайн-продукта (костюма) 58
2. Разработка дизайн-концепции проекта 73
2.1. Эмоциональная характеристика коллекции одежды или обстановки интерьера 74
2.2. Последовательность разработки дизайн-концепции для дипломного проекта 74
Варианты подачи текста дизайн-концепции 62
Структура дизайн-концепции 62

3. Деловые игры 64
Консилиум на предприятии» 64
3.2. «Общение с клиентом» 64
Библиографический список 66
Литература, рекомендуемая для дополнительного изучения 69
Приложение 1. Значение цвета в дизайне 70
Приложение 2. Ценности и потребности различных категорий людей 67
2.1. Ценности и потребности людей в зависимости от классовой принадлежности 67
2.2. Ценности и потребности Тибетского Ламы (из книги Лобсанга Рампы) (Аскетическая, альтруистическая концепция жизни) 67
2.3. Иерархия потребностей человека по Маслоу (позиция представителя западной культуры) 77
Приложение 3. Гуманизация дизайн-образования в АмГУ 77
Приложение 4. Социальные факторы развития моды 78
Приложение 5. Стили в дизайне костюма 80

ВВЕДЕНИЕ

Лекционный материал этого пособия основывается на кандидатской диссертации автора на тему «Педагогические условия реализации культуросообразной ориентации в процессе образования специалистов-дизайнеров», в частности, втором параграфе − «Специфика дизайна и его педагогический потенциал». Использованный материал доработан и систематизирован, прояснены и выверены основные положения и многие другие моменты. Диссертационное исследование дополнено до права называться теорией и методологией дизайна и адаптировано для восприятия студентами: имеет небольшие параграфы; теория дизайна четко структурирована; в каждом параграфе представлена одна из составных ее частей − принципы, методы, этапы дизайн-проектирования, качества дизайн-продукта и требования, предъявляемые к нему; подробно рассмотрены определение дизайна, его цели и задачи, их интерпретация с различных точек зрения; изображена модель специалиста-дизайнера с его профессиональными качествами и мировоззрением. Такой структуры нет ни в одном аналогичном издании, это можно сказать достаточно точно в связи с тем, что специальной литературы по теории и методологии дизайна очень мало.

Научная новизна пособия − это раскрытие педагогического потенциала дизайна, определение каналов его воздействия на личность самого дизайнера и потребителя дизайн-продуктов. Ракурс освещения материала – в русле актуальных гуманистическо-экологических идей.

В пособии представлена общая для всех видов дизайна теория – это первоосновы, необходимые для специализированных разветвлений теории. Методология дизайна костюма частично представлена в учебном пособии «Эвристические методы в дизайне одежды» и ждет своего развития во второй части учебного пособия.

В конце пособия представлен авторский словарь «Базовые понятия теории», помогающий студенту быстро и полноценно освоить теорию дизайна и следующие авторские методические рекомендации:

1. «Методика измерения качества дизайн-продукта». Эта методика относительна как и любая другая, измеряющая мало формализованные параметры, однако позволяет четко увидеть степень проявленности основных показателей и обосновать их. Данная методика предназначена для использования в курсовых и дипломных проектах для разработки подробной, развернутой дизайн-концепции.

2. Разработка дизайн-концепции проекта. Приведенные рекомендации позволяют студенту быстро и четко сформулировать художественный образ и ценности проекта, а также сделать его презентацию.

3. Деловые игры дают студенту-дизайнеру возможность почувствовать себя на своем будущем профессиональном месте, освоить ситуацию общения с клиентом, сделать ее привычной и чувствовать себя уверенно.

1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ДИЗАЙНА

Специфику дизайнерской деятельности можно понять, изучая ее основные категории: принципы, методы, этапы, качества дизайн-продукта; но проследить накопление специфических признаков дизайна можно, лишь изучив историю его возникновения и развития. Для этого необходимо провести исторический анализ, выявить социокультурные предпосылки возникновения дизайна**.**

Признаки дизайн-мышления и дизайн-деятельности обнаруживаются в древнейших способах и формах человеческого освоения действительности. Эти признаки − эстетического порядка. Они обнаруживаются в таких выразительных средствах, как пропорции и модуль, метр и ритм, контраст и нюанс, фактура и цвет. Древний человек их бессознательно чувствовал и выражал первоначально в наскальных изображениях, в орудиях труда и первобытной одежде, позднее – в древней скульптуре, архитектуре, костюме. В настоящее время дизайнер сознательно использует эти средства для удовлетворения утилитарных и эстетических потребностей человека. Он различает диалектическую противоречивость этих потребностей и стремится привести их к гармонии.

Древний человек интуитивно чувствовал, что любой произведенный им необходимый в быту предмет должен быть прекрасным. В ранней античности единство пользы и красоты, ремесла и искусства обозначается понятием «tehne». Сочетание красоты с утилитарными качествами на протяжении многих веков выступало основным признаком всякого ремесла. Ремесленник совмещал в своем лице одновременно и художника, и техника, и изобретателя.

Ремесленное производство – это канонический тип деятельности. Каноны (законы) древнеегипетской или ревнегреческой культуры, древней Азии или европейского Средневековья диктовали ремесленнику способы деятельности, материалы, формы и качество продуктов. Те вещи, в которых система канона находила наиболее адекватное духу времени воплощение, отвечавшее утилитарным и эстетическим требованиям, выступали в качестве культурных образцов. Культурный образец представлял собой своеобразный проект нормативного процесса деятельности, где роль проектировщика выполнял исторический опыт и культура.

В эпоху Возрождения произошел перелом в мировоззрении человечества. Наиболее важным моментом возрожденческого мировоззрения явилось преодоление человеком диктата церкви и государства, стремление к свободе, обновлению традиций и как следствие − его творческое раскрепощение. В это время происходит взрыв мыслительной и творческой активности человека. Многочисленные шедевры художников, скульпторов, архитекторов оставили яркий след в истории человечества. В эту эпоху *канонический тип мышления и деятельности сменился на проектный.* Центр тяжести творческого мышления перешел с процесса изготовления изделия на его идею, проект. Появились машины, для создания которых стал необходим точный чертёж. Стала развиваться техника тиражирования массового производства по предварительно составленному проекту. Необходимость стадии проектирования обусловлена преодоле-

нием возможности тиражировать некачественные продукты. Если ранее неудачно созданное ремесленником изделие могло быть улучшено в последующих образцах, то неудачно спроектированная массовая продукция промышленного производства оставалась нереализованной в большом количестве.

В эпоху Возрождения искусство обособилось от ремесла как самодостаточный вид деятельности и стало существовать в живописи, скульптуре. Украшение машин и других изделий стало носить внешне атрибутивный характер, демонстрировавший, что красота имеет автономный формальный статус по отношению к пользе и конструктивным решениям. Украшения, декор не отвечали конструктивной и функциональной сущности машин. Особенно это стало явным в середине XIX в., когда на появившейся новой технике внешнее украшательство теряло всякую целесообразность. И здесь возникла другая крайность: новая вещь часто оказывалась механически составленной из отдельных самостоятельных элементов, стадия эстетического осмысления формы и конструкции пропускалась, поэтому вещь не производила впечатления цельного, единого продукта [76].

В конце XIX в. процесс формообразования в технике в большинстве случаев протекал стихийно, на основе чисто технических и утилитарных соображений, без участия художника. Внешние очертания машин и других изделий не соответствовали их сущности, а форма отставала от содержания. Это происходило из-за быстрого развития техники, так как потребности людей в ней резко увеличивались. Человечеству пока было не до ее эстетического освоения.

Вскоре стихийное развитие техники и массовой продукции пришли в противоречие с ранее сложившимся пониманием о соотношении пользы и красоты. Осознание этого противоречия и эстетическое освоение техники промышленного производства приходит в начале XX в. И как преодоление этого противоречия возникает новый вид деятельности − дизайн.

Само понятие «дизайн» возникло в эпоху Возрождения и распространилось в Европе в XVI в. Первые художественно-промышленные школы возникли во Франции (1798 г.). В 1825 г. в Москве С.Г. Строганов основал Школу рисования в отношении к ремеслам и искусству. В 1851 г. В Лондоне Г. Земпер создал Школу промышленного искусства при Южно-кенсингтонгском музее. В 1879 г. в Петербурге открылось центральное училище технического рисования. Стали открываться художественно-промышленные школы и в других европейских странах.

Однако начало истории дизайна обычно связывают с 1907 г., когда в Германии впервые создается художественно-промышленный союз, так называемый «Веркбунд», объединивший усилия художников и промышленников с целью повысит потребительские качества промышленной продукции. Позднее в России и в Германии почти одновременно, в 1919-1920 г.г., возникают две наиболее крупные организации – ВХУТЕМАС в Москве и Баухауз в Веймаре, два центра развития художественных идей и методов художественного конструирования [12; 72].

Начало XX в. дало мощный толчок социальному прогрессу, в числе результатов которого были дальнейшая эмансипация личности и рост социально-

го самосознания, что требовало создания достойных человека условий на производстве и в быту. Это было обусловлено и тем, что Россия стремилась выйти на мировой рынок. Важной особенностью истории России той поры была необходимость построения новой культуры, отличной от западной. В Советское время правящая партия считала, что достижения культуры и искусства – это мещанское мировоззрение, чуждое коммунистическому и поэтому создавалась совершенно новая культура, отвечающая взглядам господствовавшей идеологии. В этой связи в нашей стране долгое время не употребляли термин «дизайн», а использовали термин «художественное конструирование».

А западный дизайн, несмотря на попытки многих промышленников и теоретиков поставить его на службу высоким целям (проектирование гармоничной среды, а через нее и гармоничного образа жизни), был использован как средство завоевания рынков сбыта. Если и шла речь о развитии вкуса общества, то не столько нравственно-эстетического, сколько вкуса к красивой жизни [18; 19].

В энциклопедическом словаре по культурологии возникновение дизайна трактуется следующим образом: «Дизайн своим появлением обязан, с одной стороны, бурному развитию техники и совершенствованию технологических производственных процессов, с другой, – проникновению художественного творчества в новые области деятельности и расширению границ эстетической среды. Возникновение дизайна произошло как результат массовизации производства и достижений НТР. Именно эти процессы сформировали и новое отношение к окружающей человека среде, в которой любые технические конструкции и предметы должны были стать носителями красоты и гармонии».

Анализ истории возникновения дизайна показал, что **предпосылками** для его развития в XX в. как вида эстетической деятельности явилось разрешение накопившихся в XIX в. **противоречий социокультурного характера**:

1). между опережающим развитием научно-технического прогресса и психофизиологическими возможностями человека;

2). между технократическим и эстетическим мышлением.

Контрольные вопросы

1. Чем характеризуется канонический тип деятельности?
2. В чем сущность проектного типа деятельности?
3. Когда происходит смена канонического типа на проектный метод деятельности?
4. Назовите время возникновения понятия «дизайн» и дизайна как вида деятельности.
5. Каковы социокультурные предпосылки возникновения дизайна?
6. Какими идеями были противопоставлены советский дизайн и западноевропейский?
7. Каковы отношения в современном дизайне между Россией и Западом?

2. СПЕЦИФИКА ТЕРМИНА «*ДИЗАЙН*»

Следующим этапом в выявлении специфических признаков дизайна является, на наш взгляд, изучение **специфики термина «*дизайн*».** Определим, какие признаки отражаются в нем, попытаемся вывести рабочее определение, необходимое для осмысления и формирования нового взгляда на дизайн с точки зрения педагогики.

Понятие «дизайн» получает все более широкое распространение, и это слово можно услышать практически в любом виде деятельности. Слово «дизайн» привычно звучит в сфере изготовления бытовых приборов, при разработке мебели и интерьеров, в сфере изготовления одежды [6]. Большой популярностью стал пользоваться WEB-дизайн и компьютерный дизайн в информационных технологиях [14], графический дизайн в сфере рекламы [24; 68]. Употребляется термин даже в таких неожиданных сферах, как медицина и химическая промышленность: вместо термина «генная инженерия» стал употребляться «генный дизайн», появился термин «химический дизайн» [64; 73].

Причина такого широкого использования термина заключается в распространении принципов, методов и средств дизайна как универсальных для любого вида деятельности. Для нас необходимо в первую очередь выявить специфику самого термина, затем принципы, методы и средства дизайна, чем и определяется его специфика.

Толкование термина «дизайн» в словарях и энциклопедиях интерпретируется по-разному.

«Дизайн – художественное проектирование предметов, производимых промышленностью» [62].

«Дизайн – вид проектной междисциплинарной художественно-технической деятельности по формированию предметной среды» [84].

«Дизайн – конструирование вещей, машин, интерьеров, основанное на принципах сочетания удобства, экономичности, красоты» [50].

В.Ф. Кригер [30] определяет дизайн как «поисковое конструирование, отражающее требование прогнозирования потребительско-эксплуатационного качества будущего технического изделия».

Н.В. Воронов [11] утверждает, что «дизайн – это метод решения задач в различных областях деятельности, способ мышлении, организации различных процессов».

А. Ульяновский [70] подчеркивает широкое предназначение дизайна: «Дизайн является проектной деятельностью, обеспечивающей социальное наследование, воспроизводство культуры».

В учебном пособии В.Ф. Рунге и В.В. Сеньковского [59, с. 12] дается обобщенная классификация интерпретаций термина по четырем смысловым рядам. Смысловые корни термина «дизайн» восходят к латинскому «designare» – определять, обозначать. Итальянское «disegno» со времен Ренессанса обозначало проекты, рисунки, а также основополагающие идеи. В Англии понятие «design» распространилось в XVI в.. Этимология англоязычного понятия «дизайн» охватывает несколько смысловых рядов. Генетически первичным являет-

ся ряд определений декоративного порядка: узор, орнамент, декор, украшение, убранство. Ко второму ряду относятся проектно-графические трактовки: набросок, эскиз, рисунок, собственно проект, чертеж, конструкция. Третий ряд, выходящий за рамки прямого проекта, – понятия предвосхищающие: план, предположение, замысел, намерение. И, наконец, четвертый ряд определений – неожиданно драматический: затея, ухищрение, умысел и даже интрига.

Авторы выводят собственное определение: «Дизайн – специфическая сфера деятельности по разработке (проектированию) предметно-пространственной среды (в целом и отдельных ее компонентов), а также жизненных ситуаций с целью придания результатам проектирования высоких потребительских свойств, эстетических качеств, оптимизации и гармонизации их взаимодействия с человеком и обществом» [59, с. 12].

Приводится существенное замечание, что термин «дизайн» употребляется для характеристики не только *процесса* художественного или художественно-технического проектирования, но и *результатов* этого процесса – проектов (эскизов, макетов и других визуальных материалов), а также *осуществленных проектов* – изделий, средовых объектов, полиграфической продукции и пр. [59, с. 5].

В термине «дизайн» заключен некий оттенок необычности, остроумия. Англичане, например, нередко называют «дизайнером» не проектировщика новых вещей, а остроумный проект, «красивый проект», «оригинальное необычное предложение» [11, с. 14].

В 1964 г. на международном симпозиуме дизайнеров в Бельгии было принято такое определение: «Дизайн – творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя» [49, с. 233].

После этого события термины «дизайн» и «дизайнер» стали употреблять практически во всех странах мира. В нашей стране под «дизайном» понимали, главным образом создание красивых и удобных машин, приборов, аппаратов. И, борясь со всем иностранным, начали употреблять вместо этого термина составное образование: «художественное конструирование». По сути же этим двойным термином обозначалось то, что в мировой практике называлось «индастриал дизайн», то есть дизайн в области машино- и приборостроения [7; 12].

Во второй половине XX в. распространились термины «промышленный дизайн», «техническая эстетика», «художественное проектирование», «проектирование промышленных форм», «промышленное формообразование», «индустриальное искусство». Постепенно некоторые из них вышли из обихода, другие закрепились за соответствующими областями деятельности. Понятие «техническая эстетика» стало употребляться в советской научной литературе на рубеже 50-60-х г.г., оно пришло к нам из Чехословакии, где его ввел видный художник и публицист П. Тучны, назвав технической эстетикой теорию художественного конструирования орудий труда и средств производства. Затем термин был расширен до общей теории промышленного искусства [3].

Теперь **техническая эстетика** *выступает как теория дизайна. Это научная дисциплина, изучающая социально-культурные, технические и эстетические проблемы формирования гармоничной предметной среды, создаваемой средствами промышленного производства для жизни и деятельности человека*. Составляя теоретическую основу дизайна, техническая эстетика изучает его общественную природу и закономерности развития, принципы и методы художественного конструирования, проблемы профессионального творчества и мастерства дизайнера [4].

В настоящее время термин «художественное конструирование» употребляется в качестве метода дизайна, как неотъемлемая часть общего процесса проектирования промышленных изделий, обеспечивающая удобство пользования предметом, его максимальное соответствие условиям эксплуатации, создание гармоничной целостной формы, высоких эстетических качеств [77].

По трактовкам понятия «дизайн» можно определить его предназначение, характер целей.

Например, существует технократическое понимание дизайна.

«Дизайн – новый вид творческой деятельности, сложившийся на основе современного промышленного производства и являющийся неотъемлемой его частью» [2, с. 17].

«Дизайн – это, прежде всего порядок» [45, с. 26].

«Дизайн – это действенное средство повышения качества промышленной продукции, которая «должна воплощать в себе последние достижения научной мысли, соответствовать самым высоким технико-экономическим, эстетическим и другим потребительским требованиям; быть конкурентоспособной на мировом рынке» (материалы XXVII съезда коммунистической партии) [5, с. 8].

Можно встретить определения, в которых заложен глубокий гуманистический смысл понятия дизайн.

«Дизайн – это не только предметное конструирование по законам красоты, но и сознательно выбираемые способы человеческой жизни, поведения, сопровождаемые разнообразными ритуалами, манерой общения, выбором одежды и т.п.» [75, с. 57].

«Дизайн – творческая деятельность, целью которой является формирование гармоничной предметной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека» [82, с. 7].

«Дизайн – проектирование материальных объектов и жизненных ситуаций на основе метода компоновки при необходимом использовании данных науки с целью придания результатам проектирования эстетических качеств и оптимизации их взаимодействия с человеком и обществом» [11, с. 12].

«Дизайн – это вид творческой деятельности, базирующийся на процессе раскрытия сущностных, созидательных сил человека в ходе труда» [2, с. 40].

Некоторые западные теоретики понимается дизайн как социальный институт и как средство гуманизации культуры. Здесь упор делается на соотнесение всех явлений, систем, предметов с человеком, личностью [12].

Теоретические трактовки дизайна обусловлены различиями подходов к нему с точки зрения философии, эстетики, социологии, искусствознания, тео-

рии управления производством и т.д. Сравнительный анализ позволяет увидеть в них отражение мировоззренческих концепций [3].

Процесс становления термина «дизайн» проходит особенно сложно прежде всего, потому, что эта деятельность стоит на границе полярных областей знания – гуманитарных (эстетика, социология, психология) и технических (инженерное конструирование, технология). В одном терминологическом поле оказываются понятия различных уровней – и философского, и сугубо практического. Изменение понятийного поля дизайна приблизило представление о дизайне к понятию проектирования как широкой, пронизывающей все стороны жизни деятельности. Он отразил реальные пути развития дизайна – от создания единичной вещи к проектированию целостной среды; сложных комплексных объектов, а также современные представления о взаимосвязи природы с социальной и производственной деятельностью человека, о необходимости целостного подхода к проектированию всего, что производится и потребляется обществом [15].

Наиболее **лаконичное и емкое определение дизайна** – *это гармоничное сочетание эстетического и утилитарного начал, или красоты и пользы.*

Анализируя изложенное и учитывая собственный опыт автора можно сделать вывод о воспитательных возможностях дизайна как вида искусства и обучающих − как метода деятельности. Это дает основания говорить о педагогическом потенциале дизайна. Исходя из этого, становится ценной формулировка термина «дизайн» с педагогической точки зрения: ***Дизайн* – это вид проектной междисциплинарной деятельности, возникший на базе интеграции науки, техники, искусства.** *Он ориентирован на формирование гармонично развитого человека посредством проектирования гармоничной предметной среды, экологических и гуманных ценностей и потребностей.*

Подводя итог изложенного, можно выделить следующие **специфические признаки**, отличающие дизайн от других видов деятельности:

гармония эстетического и утилитарного;

использование выразительных средств искусства (пропорции и модуль, метр и ритм, контраст и нюанс, фактура и цвет);

проектный способ деятельности;

промышленный массовый способ производства;

единство научного, технического и художественного видов деятельности;

неограниченность объектов деятельности;

новизна.

Контрольные вопросы

1. Назовите различные трактовки дизайна.
2. Дайте самое короткое определение дизайна.
3. Какие результаты труда дизайнера могут называться дизайном?
4. Назовите специфические признаки дизайна.
5. В чем заключается сложность дизайна как вида деятельности?

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИЗАЙНА

Рассмотрим **специфику проблем**, решаемых дизайнерским методом**.**

Наиболее часто встречающаяся в специальной литературе задача дизайна – это организация гармоничной предметной среды [5; 28; 77; 82]. Существует формулирование задачи дизайна как удовлетворение материальных и духовных потребностей человека и общества [30; 56], либо как решение утилитарно-технических и художественно-образных задач [76; 79; 82]. Не менее значимой является задача по формированию вещной среды в соответствии с мерой человека [5; 28; 45]. Здесь учитывается соответствие изделий масштабу человека, его физиологическим и психологическим возможностям.

Некоторые авторы возвышаются до определения таких задач, как проектирование гуманизированной предметной среды [5]; формирование новых потребностей [49; 79]; эстетическое и нравственное воспитание человека [2; 84]; а также формирование личности [11].

Определяются и более частные задачи:

упорядочение предметов [13];

облегчение управления машиной [13];

партнерство с природой [49];

эстетическое освоение новых материалов и методов производства [49];

способствование эффективности производства [82];

соответствие условиям эксплуатации [56];

организация быта, труда и отдыха [76];

создание вещей и предметных связей [52];

создание изделия, системы, явления оптимально функционирующего [11];

достижение качества и конкурентоспособности изделий [56].

При определении задач возникает *проблема взаимоотношения диалектически противоположных качеств в едином дизайн-продукте:*

удовлетворение требований производителя и потребителя [5; 8; 79];

сохранение традиций и обеспечение свободы творческого самовыражения личности [5; 52];

реализация утилитарных и эстетических принципов [82; 84];

достижение согласованности между физико-механическими ресурсами вещи и сроками ее морального износа [77];

достижение при минимуме используемых средств необходимого потребительского эффекта и положительной оценки.

Анализ и синтез задач, стоящих перед дизайном, позволяет выделить основные из них. Это:

забота о человеке, экономия его энергии;

удовлетворение материальных и духовных потребностей;

повышение коэффициента полезного действия предметов и процессов, обслуживающих человека.

Формулирование **цели дизайна** в академической литературе имеет следующие интерпретации:

служение благу человека [11];

создание новых видов и типов изделий, отвечающих требованиям общественной пользы, удобства, эксплуатации, красоты [4];

обеспечение всестороннего и гармоничного развития человека через оптимизацию условий человеческой деятельности [56];

развитие творческих способностей человека [76];

воспитание художественного вкуса, духовного обогащения [54];

Ласло Моголи-Надь – деятель Баухауза (первой школы дизайна, Германия) сформулировал конечную цель дизайна очень лаконично: цель дизайна – не предмет, а человек [11].

В этих формулировках обнаруживается гуманистическая и педагогическая цели дизайна. ***Гуманистическая цель дизайна – забота о природе и человеке через создание гармоничной и экономичной предметной среды, основанной на учете психо-физиологических возможностей человека и природных ресурсов. Педагогическая цель дизайна – формирование гармонично развитого человека.*** Достижение баланса между зависимостью от вкуса потребителя и его формированием обнаруживает гармонию дизайн-продуктов.

В противовес гуманистическим идеям дизайнеры часто используются антигуманные цели. Таких людей можно назвать «дизайнеры-демоны». Они используют методы и средства дизайна некорректно, в меркантильных и злобных целях. Например, рекламируя алкогольную и табачную продукцию используют возвышенные образы − чистой не тронутой человеком природы, уверенных в себе людей и красивой жизни, существование в которой невозможно без этих «достойных», с точки зрения дизайнеров-демонов, привычек. Яркий пример − реклама сигарет VOG на фоне одухотворенных изящных девушек (рекламный щит на городской дороге).

Другая крайность, подстерегающая дизайнера, – подстраивание под потребителя или сознательная эксплуатация привычных стереотипов, независимо от их соотношения с высшими достижениями культуры. Дизайн при этом скатывается до антихудожественности кича.

Осознание сложности и многообразия ситуаций, в которых функционирует эстетическая ценность, позволяет найти плодотворную линию развития, при котором дизайн становится средством эстетического и этического воспитания широких масс.

Контрольные вопросы

1. Назовите задачи дизайна.
2. В чем заключается гуманистическое предназначение дизайна?
3. В чем заключается педагогический потенциал дизайна?
4. На каких противоречиях балансирует дизайн?
5. Кто такие дизайнеры-демоны?

4. ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ ДИЗАЙНА

Педагогический потенциал дизайна, выявленный в различных трактовках понятия, его целей и задач, реализуется *двояко*. Необходимость изготовить востребованное на рынке изделие заставляет задуматься об адресате, перевоплотиться в его образ, чтобы изделие максимально обеспечивало комфорт в эксплуатации, позволяло быстро, экономно и безопасно осуществить какое-либо действие. Когда дизайнер проектирует такое изделие, заботясь о человеке, об удовлетворении его потребностей, то в процессе обдумывания, проигрывания возможных ситуаций, связанных с эксплуатацией изделия, происходит самопроизвольный *процесс воспитания дизайнера*.

С другой стороны, настоящий дизайнерский продукт всегда экономен, удобен и как бы подталкивает покупателя на отказ от дорогостоящих предметов, предполагающих больше любоваться ими и беречь, чем использовать по назначению. В силу своей многофункциональности дизайн-продукты сворачивают многие операции, сводят их к минимуму, помогают организовать порядок. В этом плане возможно *воспитание человека через потребление дизайн-продуктов*. **Воспитательную функцию** дизайн осуществляет посредством следующих каналов:

создание положительных эмоций;

создание выразительной художественной формы и наталкивание на определенные ассоциации;

реализации нравственных ценностей;

организация порядка.

Реализация педагогического потенциала дизайна осуществляется, когда эти каналы запрограммированы в дизайн-продукте; они образуют **дизайн-концепцию** продукта.

Умение формулировать дизайн-концепцию является значимым показателем культуры дизайнерского мышления, его рефлексивности. Она показывает уровень теоретической осознанности дизайнера, серьезность и обоснованность творческой идеи, аргументацию решения технологических, конструктивных и экономических задач. В ней передаются проектируемые ценности, символы, художественный образ.

В 20-е г.г. в нашей стране с развитыми теоретическими концепциями выступали прежде всего теоретики, для которых литературная часть концепций была единственной. В настоящее время с теоретическими концепциями чаще всего выступает дизайнер, для которого теоретические декларации – часть творческого кредо и в них всегда присутствует в большей или меньшей степени не только личностное отношение к общим проблемам формообразования, но и субъективное восприятие мастером своего творчества. Концептуальное теоретизирование по поводу своего творческого кредо интенсифицирует профессиональное общение и, в конечном счете, стимулирует развитие дизайна [67].

Можно сказать, что ***дизайн-концепция*** ***– это сформулированная в тексте и эскизе идея проекта, основанная на учете ценностей и потребностей человека, для которого создается.*** Это также теоретическая презентация ре-

зультатов творческого труда дизайнера, словесное его описание. Она строится по определенной схеме.

Структура дизайн-концепции.

1. Контенгент потребителя (материальный уровень, социальный статус).
2. Объект проектирования (что за изделие и для какого случая).
3. Цель и задачи проекта (для чего необходимо сделать).
4. Ценности и потребности потребителя.
5. Креативная идея проекта (новшество (фишка), с помощью которого презентуется личность клиента).
6. Описание художественного образа или проектируемых эмоций (с помощью каких материалов, деталей создается).
7. Опредмечивание ценностей и потребностей клиента в конкретных функциях проекта.

В конце пособия приводятся методические рекомендации по разработке дизайн-концепции проекта. В приложении 2 приведены примеры различных социальных групп, их характеристики. Для дизайнера первоначально очень важно определить группу людей, их ценности и потребности, для которых предназначен проект.

В России всегда были нетленные ценности − добро, красота, истина. Стремление делать добро близким и чужим людям, природе – это высшая потребность человека, она развивает его духовно. Потребность в красоте не всегда безопасна для человека: стремление к «красивой жизни» дорого обходится и ему, и остальному человечеству, заводит в тупик. Истина, знание развивают человека умственно, двигают цивилизацию. В конце пособия представлены ценности и потребности Тибетского Ламы как пример высокой духовности и альтруизма (приложение 2.)

Возвращаясь к педагогическому потенциалу дизайна, обобщим то, что под этим подразумевается. ***Педагогический потенциал дизайна – это воспитательные и обучающие возможности, реализующие цель гармонично развитого человека. Гармонично развитый человек – это личность, способная воспринимать и творить материальную и духовную культуру по законам красоты и гармонии.*** Потенциал дизайна в отношении гармонизации окружающей человека предметной среды, а через нее и гармонизации развития человека раскрывается в трудах многих специалистов [2; 3; 5; 11; 28; 37; 49; 65; 66; 67; 75]. Осознание этого произошло еще во времена возникновения самого понятия «дизайн». ***Гармоничная предметная среда – это среда, наиболее адекватно удовлетворяющая материальные и духовные потребности человека.***

Раскрытие педагогического потенциала дизайна, реализация его гуманистических целей помогут достичь дизайнерского образования нового уровня, способного решить задачу высшей школы по воспитанию кадров, сочетающих глубокую профессиональную компетентность, высокую эрудицию и культуру, способность к самосовершенствованию и совершенствованию общества.

Потребность общества в профессиональных дизайнерах обусловлена рядом противоречий современной жизни:

нехватка творчески активных людей с целостным художественно-техническим мышлением;

организация многих процессов жизнедеятельности несовершенна они нарушают психологическое и физиологическое состояние человека;

организация производства осуществляется без учета последствий его влияния на биосферу;

низкий социальный и экономический уровни существования не позволяют человеку полностью реализовать себя.

Необходимо показать, посредством каких действий дизайнер способен снимать эти противоречия и организовывать жизнь по законам гармонии.

Идеи М.А. Лобока [33], А.Ф. Лосева [34] и др. говорят о способности предметов как бы излучать из себя «человеческий смысл», служить человеку его собственным отражением. Формы предметно-пространственного окружения несут информацию, помогающую устойчиво поддерживать общественно-санкционированные типы поведения, закрепляющие традиции культуры. В этих формах могут быть воплощены образы, несущие большие социальные и нравственные идеи, отражающие идеальные представления людей. Человек реагирует на свое социальное окружение, формируя свое поведение и деятельность. Среда порождает сложный комплекс психических процессов, осознаваемых и неосознаваемых. Окружение вызывает активное отношение, оно может быть любимым или рождать ненависть. Образы окружения, хранимые памятью, живут в ней как многозначные символы. Окружающая среда влияет на становление личности и формирование отношений в социуме, накладывая на них отпечаток [26; 31; 71; 80]. Поэтому вся художественно-коммуникативная нагрузка элементов предметной среды выступает проектированием в дизайне [55; 85].

Восприятие профессионального дизайнера целостно и прогностично. Он обладает даром моделирования среды в конкретных образах, способен уловить и зафиксировать надвигающиеся изменения, ассимилировать только что рождающиеся идеи, поскольку отличается значительной по объему зрительной памятью. Выражая в продукте труда с помощью художественных средств свое отношение к миру и другим людям, дизайнер тем самым включает произведенный им предмет в свои отношения с другими людьми. Большая социально-культурная значимость дизайна связана с тем, что дизайнер, проектируя вещи и предметные комплексы, не только следует за уже сложившимся эстетическим вкусом определенной социальной группы, но и способен этот вкус формировать. Поставив перед собой такую задачу, дизайнер сознательно идет на «ломку» уже сложившихся стереотипов. Он всегда в какой-то мере диктует потребителю свои эстетические представления. Оптимизируя потребительские свойства вещей, дизайнер стремится повысить меру организованности какой-либо формы человеческой деятельности, воздействовать на формирование потребностей. Через повышение ценностных характеристик своих творений дизайн способен воздействовать и на формирование личности, активизацию человеческого фактора.

Можно сказать, что вещи способствуют тем или иным формам протекания функциональных процессов, обеспечивают и организуют эти процессы, даже в какой-то мере определяют их. Отсюда вытекает требование строгого соответствия выпускаемых промышленностью изделий определенным функциональным процессам [11; 54]. Основным показателем рациональности функционального процесса является экономия сил и времени человека. Чтобы обеспечить требуемую степень удобства промышленных изделий, необходимо учесть ряд факторов – социальных, психофизиологических, эксплуатационных и т.д. Продолжающееся увеличение скоростей в технике отрицательно влияет на организм человека, поэтому дизайн в машиностроении, в транспортных средствах стремится устранить это отрицательное влияние и повысившееся нервное напряжение [11]. Культивирование гармоничного образа жизни обеспечивается культивированием здоровья и красоты социально-предметной почвы [67]. Дизайн, таким образом, становится одним из решающих факторов, определяющих характер деятельности человека, образ его мышления, условия жизни. Он играет активную роль в формировании социальных, психологических, физиологических свойств «искусственной природы», в которой протекает деятельность человека.

Из вышеизложенного следует, что, организуя предметную среду по законам гармонии и тем самым снимая противоречия условий протекания функциональных процессов, дизайн формирует и гармоничного человека. Покажем механизм, то есть поэтапную последовательность этого процесса.

Стадии формирования гармонично развитого человека посредством организации гармоничной предметной среды

1. *Организация гармоничной предметной среды.*
2. *Актуализация нравственно-эстетических потребностей.*
3. *Организация экономичных способов действий.*
4. *Формирование целостного художественно-технического мышления.*
5. *Формирование гармоничного образа жизни.*
6. *Формирование гармоничного человека.*

В этом процессе реализуется **педагогический потенциал дизайна.** Раскроем его через осуществление **педагогических функций. Воспитательная функция**, как мы уже определили, может осуществляться по двум направлениям: через производство дизайн-продуктов и через их потребление. При проектировании дизайн-продуктов воспитание человека осуществляется через формирование гуманистического мировоззрения посредством следующих каналов:

изучение и постижение общечеловеческих духовных и культурных ценностей;

проектирование ценностей и потребностей человека в дизайн-продуктах (в методических рекомендациях к лабораторным работам предлагаются деловые игры, помогающие дизайнеру проникнуться ценностями и потребностями клиента).

При использовании дизайн-продуктов воспитание человека происходит через:

организацию гармоничного образа жизни;

актуализацию нравственно-эстетических потребностей;

формирование эстетического вкуса.

Таким образом, мы определили каналы проникновения педагогики в дизайн. В конце пособия, в приложении 3, приводится пример реализации воспитательных возможностей дизайна в учебном процессе студентов АмГУ специальности «дизайн костюма».

Обучающая функция дизайна реализуется в процессе выполнения дизайн-проектов. Принципы дизайнерской деятельности ориентируют проектировщика на учет многочисленных факторов в едином дизайн-продукте, развивают его интегративные способности, целостное научно-технически-художественное мышление. Методы дизайна учат человека производить материальные и духовные ценности.

Об обучающей функции дизайна четко и подробно пишет Ю.Назаров, который продвигает идею непрерывного дизайн-образования, начиная со школы. Он рассматривает ее как образовательную технологию, как «третью культуру», призванную воссоединить две распавшиеся ветви культуры – гуманитарно-художественную и научно-техническую.

К этой идее пришли одновременно и независимо друг от друга теоретики дизайна в России и на Западе. В конце 70-х г.г. XX в. Королевский колледж искусств Великобритании – ведущий художественный и дизайнерский университет страны – выступил с поисковой программой «Дизайн в системе общего образования». Принципиальными в ней были три момента.

Во-первых, констатировалось, что образование долгое время развивалось по двум непересекающимся направлениям – гуманитарно-художественному и научно-техническому, которые существуют теперь как две культуры, относительно обособленные друг от друга. В сравнительно раннем возрасте дети должны выбирать, в какой области они будут профессионализироваться.

Во-вторых, в результате исследований было обнаружено существование «третьей культуры» – проектной, которую Б. Арчер и его коллеги предложили называть «Дизайном с большой буквы».

Третий существенный вывод заключался в предложении рассматривать дизайн как необходимую составную часть системы общего образования, поскольку он заключает в себе фундаментальные методы творческого мышления, необходимые во всякой деятельности и преодолевающие барьеры предметной специализации [86].

Контрольные вопросы

1. Кого воспитывает дизайн?
2. Как воспитывает дизайн?
3. Каким образом дизайн формирует гармонично развитого человека?
4. Что значит гармонично развитый человек?
5. Что такое гармоничная предметная среда?
6. Каким образом среда воздействует на человека?
7. В чем заключается обучающая функция дизайна?
8. Назовите структуру дизайн-концепции.
9. Прочитайте приложение 2. Что является наивысшей потребностью человека западной культуры по Маслоу? Согласны ли Вы с ним? Почему?

5. МЕСТО ДИЗАЙНА В СТРУКТУРЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выявляя специфику дизайна, необходимо определить, его место среди множества предметов, производимых человеком, относятся ли к дизайну предметы искусства, роскоши или совершенно утилитарные предметы. В некоторых работах дизайн рассматривается как вид деятельности, возникший на базе прикладного искусства [67; 75]. Часто его ставят в ряд с другими видами искусства [11; 61]. Некоторые исследователи утверждают, что это новый вид деятельности [2, С. 17].

Понятие «художественное конструирование» является точным определением *двойственной природы* дизайнерского творчества, где сливаются воедино технико-конструктивный и художественно-образный способы освоения мира [85]. Это еще одно специфическое свойство дизайна. В связи с этой особенностью у нас в стране дизайном стали называть не только проектирование вещей по законам целесообразности и красоты, но и целую область искусства предметного мира, находящуюся между простым конструированием и чисто художественной деятельностью. С конструированием его сближает метод работы – компоновка целого из отдельных элементов, а с искусством – наличие эстетической ценности и эстетических качеств у конечного результата компоновочной деятельности.

М. Каган [23] и М. Коськов [29] относят дизайн к гармоничным бифункциональным предметам, находящимся посредине между утилитарными предметами и предметами искусства.

Исследователи считают, что художественная деятельность отнюдь не отгорожена непроходимыми перегородками от нехудожественных сфер культуры, что она постоянно вступает в прямой контакт с другими видами деятельности, образуя несколько рядов смешанных гибридных утилитарно-художественных форм. Взаимопереходы от нехудожественных видов деятельности к художественным и обратно представляют собой своего рода «спектральные ряды», в пределах которых существуют гетерогенные художественно-нехудожественные образования. Художественная ценность может создаваться как таковая с единственной для нее функцией − художественного воздействия на людей − а может возникать и на базе практически утилитарной. Для дизайнерской деятельности наличие «спектрального ряда» означает, что здесь существуют скользящие переходы от преобладания деятельности, рождающей утилитарно-технические «ценности», над художественно-эстетической, через их относительное равновесие − к деятельности, где порождение художественно-эстетических ценностей преобладает над созданием утилитарно-технических «ценностей». Границы между зонами возможного сочетания этих сфер деятельности очерчены не строго, размыты, количественные накопления постепенно переходят в качественные [23; 29].

М.С. Каган приводит схему зонально-слоевого строения художественной культуры, в которой определяет место дизайна (см.: схему 1).

Схема 1.	
Место дизайна в системе художественной культуры	
ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА	
Переходная зона словесных «прикладных» искусств	
Ораторское искусство	Художественная публицистика
Зона чисто художественного словесного творчества	
Зона музыкального творчества	
Зона актерского творчества	
Зона пантомимического и танцевального творчества	
Зона чисто художественного предметно-изобразительного творчества	
Переходная зона архитектонических бифункциональных искусств	
На ремесленной базе	На индустриальной базе (***дизайн***)
МАТЕРИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА	

Таким образом, М.С. Каган определяет место дизайна в переходной зоне архитектонических бифункциональных искусств, основанной на индустриальной базе, ставит дизайн очень близко к материальной культуре и далеко от духовной. С этим утверждением можно не согласиться, т.к. в материальный продукт человечество закладывает и духовные ценности, смыслы.

П.Е. Шпара [82, с. 8] считает, что «с точки зрения художников, дизайн относится к сфере искусства, с точки зрения архитекторов, – к сфере архитектурно-художественной деятельности, с точки зрения инженеров, – к сфере техники. Несмотря на некоторые принципиальные различия названных сфер деятельности, конечная цель у них одна – поднять культуру материально-предметной среды, окружающей человека, на самый высокий научно-технический и художественно-эстетический уровень путем синтеза науки, техники и искусства». Здесь мы видим, что дизайн проникает во все сферы человеческой деятельности, ощущается везде.

Т.О. Бердник и Т.П. Неклюдова [6, с. 19] делают вывод, что «дизайн явился результатом расширения сферы прикладного искусства и его развития на промышленной основе, проникновения эстетики в технику, вторжения художественного начала в производство».

Мы склоняемся к следующей точке зрения. Поскольку дизайн содержит в себе два начала – пользу и красоту − и в каждом дизайн-продукте это соотношение различно, будем считать, что усредненным***, <u>классическим дизайном</u> является такой дизайн, где красота и польза находятся в состоянии уравновешенной взаимодополнительности. <u>Арт-дизайн</u> – это такой дизайн, где художественно-эстетические качества преобладают над утилитарно-техническими. <u>Инженерный дизайн</u> – это такой дизайн, где утилитарно-технические качества преобладают над художественно-эстетическими.***

При этом мы отходим от утверждения дизайна как архитектонического вида деятельности, поскольку появляются такие специфические нематериальные виды дизайна как химический, компьютерный, социальный, педагогический, нон-дизайн.

Движение продуктов дизайна от техники к искусству в зависимости от преобладания пользы или красоты, изобразим в схеме 2.

Схема 2.

Движение дизайн-продуктов между искусством и техникой в зависимости от преобладания пользы или красоты

ДИЗАЙН
↓↓
польза (техника) **красота** (искусство)

	ИСКУССТВО (красота) (живопись, скульптура)
	арт-дизайн (декоративно-прикладное искусство, высокая мода)
	классический дизайн (носимая одежда, мобильные телефоны, бытовая техника)
↓↑	**инженерный дизайн** (спецодежда, производственное оборудование)
	ТЕХНИКА (польза) **(**с/х, дорожная, строительная техника)

Контрольные вопросы

1. Дизайн – это искусство? Обоснуйте свой ответ.
2. Каково соотношение между пользой и красотой в классическом, инженерном и арт-дизайне?
3. Приведите примеры классического, инженерного и арт-дизайна.
4. К какому виду дизайна относится костюм для электрогазосварщика?

6. ОБЪЕКТЫ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрим **объекты дизайна** и попытаемся их систематизировать. Определить область дизайна непросто. Его трудно отделить от архитектуры, если речь идет о проектировании интерьеров [20; 21]; от скульптуры, когда проектируются детские площадки или аттракционы [47]; от прикладного искусства при создании новых видов посуды и мебели [75].

Чаще всего объектом дизайна считают *элементы предметной среды* (ЭПС) [8; 60; 61; 79; 83]. В более обобщенном виде объект дизайна – это реальный мир: «Объекты дизайнерской деятельности: приборы, транспортные средства, станки, выставочная экспозиция, цеха заводов, интерьеры ресторанов, упаковка, реклама, опознавательная окраска, шрифт, производство, торговля. Что общее? Что является объектом? Очевидно, что объектом этой деятельности явля-

ется наш мир в его материальных и духовных проявлениях, в его живой и неживой природе» [11].

Группируя объекты дизайна, можно классифицировать их **по отраслям человеческой деятельности** [59]:

индустриальный дизайн (продукция машиностроения и станкостроения, средства транспорта, вооружения, предметы потребления, мебель, посуда, медоборудование) [17];

графический дизайн (книжное и плакатное оформление, решение упаковки и этикеток, разработка фирменных знаков и стилей, шрифтов, заставки и рекламные ролики на телевидении) [36; 68];

компьютерный дизайн и WEB-дизайн [14];

дизайн архитектурной среды (интерьеры и внешняя архитектурная среда) [38];

ландшафтный дизайн – садово-парковое искусство [32; 78];

дизайн выставочных экспозиций, праздничного оформления среды жизнедеятельности;

дизайн одежды и аксессуаров [6; 52; 79];

арт-дизайн – проектирование эмоций, преобладание художественного начала над утилитарным [59];

текстильный дизайн – оформление тканей, гобеленов, панно, интерьерного текстиля;

фито-дизайн – составление цветовых композиций [51].

С точки зрения ВНИИТЭ, предметный мир для дизайнера делится не по отраслевому принципу, а **по сферам и образам жизнедеятельности человека:** *сфера труда, отдыха, общения, обслуживания* [39].

Н.В. Воронов [13] разделяет дизайн на типы **по глубине проработки изделия:**

полный дизайн – компонуются, соединяются в одном объекте два или три существовавших ранее отдельных объекта, и получается новая функциональная структура; либо проектируется совершенно новое, не имеющее аналогов изделие;

дизайнерская стилизация – происходит лишь внешнее, поверхностное изменение изделия, с тем чтобы отработанную конструкцию «одеть» в новую, эстетически более приемлемую форму;

дизайнерская модернизация – перекомпоновка идет внутри данного объекта, меняется его структура (но непринципиально), упраздняются или, наоборот, добавляются отдельные узлы, части и т.д., улучшается функционирование, и при этом потребитель получает какой-либо выигрыш – экономию времени, сил, энергии, средств и т.п.

Д.К. Джонс [17, С. 64] делит проектирование, в том числе и дизайн, **по уровням систем.** Первый, низший уровень – *предметный дизайн*, второй – *системный дизайн*, третий – *уровень общественных групп, или социальный дизайн*. «Если внимательно рассмотреть расширение процесса проектирования при включении в него помимо вопросов создания изделий также и задач проектирования систем (то есть связей и отношений между изделиями), мы увидим,

что при этом к иерархии предметов, относящихся к традиционной сфере деятельности проектировщика, добавляется еще одна ступень. Если же еще более расширить объем понятия «проектирование», включив в него политический и социальный аспекты поведения потребителей, связанные с отношениями между системами, обнаружится наличие еще одной ступени – уровня общественных групп, или «социальной сферы».

Своей биоморфностью выделяется *биодизайн*. Новые, приближающиеся к природным, принципы построения структур, свойственные природе функциональные зависимости и методы приспособления, резервирования, самообновления (все то, что обеспечивает биологическим системам гибкость, живучесть), перенесенные в технику, рождают биоморфность внешней формы. Поиски такой формы и изучение особенностей ее восприятия человеком составляют предмет биодизайна [5].

В научных изысканиях встречается термин «*эргодизайн*». Он включает в себя проектирование наиболее приспособленных к телу и функциям человека предметов (эргономичные дверные ручки, авторучки, кресла, повторяющие контуры тела человека). Другой новый термин – «*экодизайн*» предполагает проектирование из экологически чистых (природных) материалов систем, наиболее приспособленных к биосфере и учитывающих законы природы. Существует также понятие «*средовой дизайн*». Он подразумевает проектирование не отдельных вещей, а организацию среды обитания человека.

В США и Европе в конце XX в. стал распространяться *нон-дизайн (*латинская приставка «нон» – отрицание, то есть невещественный дизайн. Это дизайн в сфере коммуникаций: имидж-программы как эффективное средство выборных кампаний и рекламных стратегий [17; 41; 46], проектирование мероприятий, праздников. В течение всего XX в. на первом плане в дизайне всегда были вещественные объекты. На рубеже XX-XXI в.в. появляются идеи антропоцентризма – субъектного подхода и авторского дизайна – имидж-дизайна. Проектирование субъектом самого себя как неповторимой личности с собственным микромиром, воля созидать, вживание творческого «Я» в ситуацию приобретают значимость и ценность. Особенность современного имидж-дизайна в том, что он направлен на раскрытие и презентацию индивидуальных качеств творческой личности. Имидж-дизайн требует от дизайнера высокого уровня концептуального мышления. Это означает, что работа должна иметь в большей мере социально-философский смысл.

В плане оригинальности применения дизайнерских принципов деятельности представляет интерес *молекулярный дизайн* – синтез соединений, которые должны обладать набором четко определенных, заранее заданных свойств вещества. Конечная цель этого процесса − оптимизация структуры целевого соединения, чтобы добиться максимальной эффективности выполнения требуемой функции. Традиционный поиск полезных соединений ранее шел в основном методом проб и ошибок, а потому поглощал огромное количество труда и времени на синтез тысяч аналогов, необходимых для нахождения одного из них, отвечающего поставленной задаче. В настоящее время обнаруживается тенденция двигаться в этой области гораздо более экономичным путем. В нача-

ле подобных проектов теперь применяют разнообразные методы молекулярного моделирования, позволяющие с разумной вероятностью установить набор структурных параметров, наличие которых должно обеспечить целевому соединению способность выполнять заданную функцию [43; 63]. На этом же основании употребляется термин «химический дизайн» [74].

Систематизируя виды дизайна, представим следующую **классификацию.**

По отраслевому признаку: *промышленный дизайн, дизайн интерьеров, дизайн архитектурной среды, дизайн выставочных экспозиций, графический дизайн, компьютерный дизайн, дизайн одежды и аксессуаров, ландшафтный дизайн, автомобильный (транспортный) дизайн, производственный дизайн, фито дизайн, текстильный дизайн, химический дизайн.*

По сферам жизнедеятельности: *дизайн в сфере труда (офисные и производственные интерьеры), в сфере отдыха (парки, аква-парки, интерьеры театров, клубов), в сфере общения (нон-дизайн, имидж-дизайн, социальный дизайн), в сфере обслуживания (интерьеры кафе, магазинов, салонов), в сфере спорта (спортзалы, спорт-инвентарь, спортивная одежда).*

По выделению специфических качеств в дизайн-продукте: *биодизайн, эргодизайн, экодизайн.*

По уровням систем: *предметный дизайн, системный дизайн (системы предметов с их связями и определенной структурой), социальный дизайн (общественные и политические отношения и мероприятия)*.

По видам деятельности. Интегрируя виды деятельности, описанные М.С. Каганом [23] и интерпретируя в соответствии с ними виды дизайна, можно представить их следующим образом: для преобразовательной деятельности − это *классический дизайн (предметный)*, для коммуникативной − *нон-дизайн* (создание праздников, проектирование эмоциональной атмосферы, социальных проектов), для художественной – *арт-дизайн.* Для познавательной и ценностно-ориентационной деятельности, с нашей точки зрения, здесь по праву принадлежит место *педагогическому дизайну.*

Поскольку дизайн проникает в такие сферы деятельности как познавательная (проектирование и дизайн учебного процесса, образовательного пространства) и ценностно-ориентационная (проектирование и дизайн смыслотворчества, Я-концепций), то мы считаем вправе употребление термина *«педагогический дизайн»,* обозначая им дизайнерскую деятельность в этих сферах.

Таким образом, специфических объектов дизайна нет. Возникнув как процесс оптимизации функции и формы машин и приборов в соответствии с эстетическими и утилитарными потребностями человека, дизайн проник буквально во все сферы человеческой деятельности. Его принципы и методы применяют везде.

Контрольные вопросы

1. Какие виды дизайна Вы знаете?
2. На каких уровнях может работать дизайн?
3. На каком принципе дизайна основан молекулярный или генный дизайн?
4. Что такое нон-дизайн? На чем основывается его композиция?

7. СТИЛИ ДИЗАЙНА

В статье А.Михайловой [42, с. 43] приводится обзор стилистических направлений в дизайне второй половины XX в.: «Динамичен в дизайне процесс стилеобразования. Если исторические архитектурные стили существовали веками (готика, ренессанс) или, по крайней мере, десятилетиями (рококо, модерн), то только за вторую половину двадцатого века в дизайне сменилось несколько стилевых направлений: *функционализм, поп-дизайн, постмодерн, хай-тек, минимализм, экодизайн и др.*. В каждый момент времени дизайн в своих формах является своеобразным слепком существующего состояния общества, его политических, экономических, культурных веяний и настроений».

Анализируя историю дизайна, выделим стили дизайна, проявившиеся в развитии интерьеров и бытовых приборов.

Функционализм (конструктивизм) – создание рациональных вещей, выполняющих утилитарную функцию (внимание эстетическому оформлению не уделяется, декор отсутствует).

Футуризм – космические идеи и идеи будущего; импульсом для развития этих идей в интерьере является оформление салонов космических кораблей, скафандры космонавтов.

Поп-арт – популярный дизайн – оформление разовой посуды, использование консервных банок, бутылок, частей машин, телевизоров в интерьере.

Хай-тек − стиль высоких технологий, использование в интерьере стекла, металла с блестящими поверхностями, серебристого, белого, черного, фиолетового цветов. Освещение − белое, фиолетовое, голубое. Используется эстетика устройств и приборов с прозрачным корпусом, арматура, вынесенная за пределы стены.

Минимализм – аскетический лаконичный интерьер; используется только минимально необходимое, никаких лишних предметов и деталей.

Экодизайн - проектирование изделий из экологически чистых (природных) материалов.

Эргодизайн - проектирование предметов наиболее приспособленных к телу и функциям человека.

Биодизайн – биоформы, биорисунки, биофактуры.

Этностиль – дизайн интерьера и одежды с использованием различных элементов предметной среды экзотических стран.

Арт-деко – использование большого количества декоративных изделий, украшений, лепнины, рисунков.

Кинетизм – оформление праздников вращающимися и движущимися фейерверками, вертушками, фигурками; лазерные и светомузыкальные шоу.

Оп-арт – искусство, использующее оптические иллюзии (оформление стен и плоских поверхностей рисунками, создающими впечатление выпуклости, вогнутости, изгибов; проектирование невидимых приспособлений, сливающихся с фоном, – встроенные шкафы, сейфы, мебель).

Кич – дурной вкус, сознательное использование «некрасивых», вызывающих вещей или идей: искусственное состаривание мебели, картинных рам; обо-

рудование спальной комнаты ванной и унитазом; использование в интерьере мебели или предметов, имитирующих человеческое тело или его части (столик в виде голой женщины в позе четвероногого животного, подсвечник или подставка под телефон в форме руки); использование в интерьере частей машин (сидения, шины).

Контрольные вопросы

1. Назовите первый из возникших стилей дизайна.
2. Какой стиль нравится Вам? Чем он характеризуется?
3. Назовите примеры экодизайна.
4. Что такое кич?

8. КАЧЕСТВА ДИЗАЙН-ПРОДУКТА

Рассмотрим **качества дизайн-продукта,** которые отличают произведения дизайна от других изделий. Описание таких качеств в научной литературе выступает иногда в виде требований, предъявляемых к качеству дизайн-продукта, иногда − в виде функций.

К выявлению специфических качеств в дизайнерском объекте разные исследователи дизайна подходят по разному и определяют следующие признаки:

удобство, комфорт, практичность, рациональность, современность, мода [5].

функциональность, конструктивность, экономичность, эстетическая выразительность [76].

социально-экономические, эргономические, технико-экономические, эстетические, утилитарно-функциональные требовании [77; 82].

основная функция, приятный внешний вид, легкость перемещения, безопасность, долговечность и надежность [69].

Большинство авторов останавливается на двух существенных качествах дизайн-продукта − пользе и красоте (утилитарное и эстетическое начало) [5; 75; 82], или практической и художественной составляющих [29].

Первая сторона целостного формоообразования, связанная с созданием полезного в объекте, предполагает техническое совершенство, технологическую целесообразность, экономический эффект, эргономический комфорт.

Вторая сторона, обусловливающая создание прекрасного в объекте, предполагает положительные эмоции, эстетическую выразительность, художественную образность, знаковую ассоциативность.

Многие исследователи указывают на преобладание утилитарных качеств дизайнерского изделия [11; 82].

В предметном дизайне красота, как правило, вторична, объект промышленного дизайна создается не для любования, не для украшения помещений или среды, а с утилитарной целью, поэтому и красота его обычно скромная, не кричащая, не лезущая в глаза, в ряде случаев – незаметная. Она является как бы фоном для того, кому предназначен этот предмет – фоном для пользователя, для человека. Но вместе с тем ряд объектов дизайна, например, модели одежды,

объекты средового дизайна, рекламного дизайна создаются в большинстве случаев именно для красоты, для того, чтобы на них обратили внимание. Стало быть, и категория красоты в дизайне достаточно широка и всеобъемлюща, и признак ее вторичности действует лишь в некоторых сферах дизайна, а не повсеместно [11].

Л.М. Холмянский и А.С. Щипанов [75] указывают на всеобъемлющую роль красоты, утилитарные качества дизайн-продукта тоже выступают как проявление красоты.

Важным является такое качество дизайнерского изделия, как *целостность.* Как и произведения искусства, произведения дизайна обладают гармонией и особым качеством *целостности.* Истинное произведение искусства характеризуется тем, что к нему ничего нельзя ни прибавить, ни убавить. Оно представляет собой самостоятельную систему, где все части, все планы находятся в гармонии и взаимосвязи. Такая же целостность присуща образцам дизайна – техническая конструкция, форма, цвет, эргономические приспособления, обеспечивающее удобство и комфорт, и т.д. [13; 52].

Основными признаками утилитарности являются удобство в эксплуатации и простота в уходе за изделием, экономичность (компактная форма, экономия затрачиваемых усилий и времени человека), многофункциональность (возможность использования изделия в различном назначении), высокий коэффициент полезного действия. Основными признаками эстетичности являются выразительность внешней формы, цвета, пропорций, общей композиции изделия; образность, включающая смысл, ассоциации; положительные эмоции.

Осмысляя различные теоретические подходы и анализируя процесс дизайн-проектирования на практике, мы выделяем пять основных качеств дизайн-продукта, и в каждом − семь характеристик.

Креативность.

1. Модность.
2. Новая форма.
3. Новая фактура.
4. Использование материала, рисунков, цвета или цветосочетания, ранее не использовавшихся в данном виде изделий.
5. Новая компоновка деталей, элементов изделия или нескольких изделий в одном комплексе (костюме).
6. Новое изделие с новой функцией.
7. Совмещение нескольких потребностей или реализация новых потребностей.

Эстетичность.

1. Приятная для созерцания форма.
2. Гармоничная конструкция.
3. Целостный художественный образ.
4. Приятный на ощупь материал.
5. Красивый рисунок, фактура, цвет материала.
6. Нравственная направленность.

7. Наслаждение удобством использования.

Экономичность.

1. Конструктивная лаконичность и целесообразность.
2. Экономичные, малоотходные затраты материала.
3. Простая, экономичная технология обработки.
4. Экономичный уход за изделием (для одежды – легко стирается и восстанавливает форму, не мнется; для бытового прибора – легко удаляется пыль и грязь, компактно хранится).
5. Экономичная цветовая гамма или фактура (для одежды – на темных или цветных материалах и материалах с шероховатой поверхностью не видно загрязнений).
6. Экономичные материалы (недорогие или дорогие, но надежные, долговечные).
7. Малые габариты изделия и легкие материалы.

Эргономичность для одежды.

1. Антропометричность (соответствующая телу конструкция: застежка, рукав, горловина, пройма, длина).
2. Гигроскопичность.
3. Воздухопроницаемость.
4. Воздушная прослойка.
5. Растяжимые материалы.
6. Приятные на ощупь материалы.
7. Не мнущиеся материалы.

Эргономичность для бытового прибора и интерьера (представленные ниже факторы выделяют В.Ф. Рунге и В.В.Сеньковский [59].

1. *Социально-психологический фактор* предполагает соответствие интерьера характеру деятельности человека и степени опосредования межличностных отношений.
2. *Антропометрический фактор* определяет соответствие интерьера, бытовых приборов форме, размерам, массе, структуре, анатомической пластике человеческого тела.
3. *Психологический фактор* определяет соответствие приборов, машин особенностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики человека.
4. *Психофизиологический фактор* обусловливает соответствие приборов, машин зрительным, слуховым, тактильным возможностям человека.
5. *Физиологический фактор* призван обеспечить соответствие приборов, машин, интерьеров силовым, скоростным, биомеханическим и энергетическим возможностям.
6. *Гигиенический фактор* определяет требования по освещенности, газовому составу воздушной среды, влажности, температуре, давлению, запыленности, вентилируемости, токсичности, напряженности электромагнитных полей, различных видов радиации, шуму, ультразвуку, вибрациям, гравитационной перегрузке, ускорению [59].
7. *Удобство* эксплуатации и ухода за изделием.

Экологичность.

1. Малоотходное использование материалов для нового изделия или модернизация, восстановление и удлинение срока службы старого изделия.
2. Экологически чистые материалы.
3. Безвредные синтетические материалы.
4. Безопасность конструкции.
5. Безопасность и удобство эксплуатации.
6. Долговечность изделия.
7. Экономные энергетические затраты.

Работоспособность (высокий КПД).

1. Многофункциональность.
2. Прочность, надежность технологической обработки.
3. Износостойкость материалов.
4. Легкие, но прочные материалы.
5. Компактность.
6. Формоустойчивость.
7. Возможность трансформации.

В методических рекомендациях к лабораторным работам предлагается «Методика измерения качества дизайн-продукта (костюма)».

Качества дизайн-продукта универсальны, так как в них заложены основные требования человека к изделию, поэтому любая вещь, любое изделие, любое творение человека должно обладать ими. Качества дизайн-продукта можно рассмотреть через реализацию требований, которые служат удовлетворению духовных и материальных потребностей человека (см.: табл. 1).

Таблица 1

Требования, предъявляемые к качеству дизайн-продукта

Требования	Духовные	Материальные	
		Организация функциональных процессов	Рационализация процессов жизнедеятельности
Качества, функции дизайн-продукта	Эмоциональная насыщенность. Выразительность художественной формы. Нравственная направленность.	Опосредование степени межчеловеческих связей. Организация способов деятельности.	Экономия производственных ресурсов: технологическая, конструктивная, экологическая целесообразность. Экономия природных ресурсов. Экономия энергетических ресурсов человека: гигиенические, антропометрические, физиологические, психологические возможности.

Из таблицы видно, что важным в дизайне является экономическая составляющая, которая суммируется из экономии природных и производственных ресурсов (технологические процессы и сырьевые затраты) и из экономии челове-

ческих ресурсов (обеспечение удобства, экономии человеческой энергии, обеспечение эффективности процессов, в которых участвует человек).

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные качества дизайн-продукта.
2. Каким основным требованиям человека должен удовлетворять дизайн-продукт?
3. Что значит экономия энергетических ресурсов человека?
4. Что входит в понятие «Организация функциональных процессов»?

9. ПРИНЦИПЫ ДИЗАЙНА

Проанализируем различные интерпретации **принципов** дизайна в исследованиях по теории и методологии дизайна. Л.М. Холмянский и А.С. Щипанов [75, с. 56] выделяют следующие принципы: «Эстетико-художественная доминанта дизайна базируется на учете и аккумуляции в ней *инженерно-экологического, социологического, эргономического и экономического* принципов».

Н.Н. Грачев [15, с. 47] определяет «фундаментальные принципы дизайна»:

1. Принцип *антропономности* и *человекосообразия* (через категории человеческой меры и гармонии).

2. *Социокультурные* принципы: адекватность (соответствие всего создаваемого эпохе, этносу, этосу при одновременном обеспечении развития норм); разумность (социальная мудрость устроения объектов); актуальность (своевременность и предвосхищаемость предложения и использования «продукта» данному пространственно-временному континууму).

3. *Природные* принципы: естественность (предопределенность развития и естественного отбора в дизайне); взаимосоответствие (гомогенность, одинаковость); гомоморфность (подобие естественного и искусственного мира в строении и функциях).

4. *Организационные* принципы: обменность (незамкнутость, циркуляция: постоянные усилия по информированию и формированию спроса, обеспечение обмена и распространения продукта); синергетичность (самоорганизация действия по принципу «всегда вовремя и на месте»); инновационность (создание нового и иного, творчество).

По мнению О.И. Маюновой [37], единство содержания и формы достигается синтезом всех проектных факторов, которые воплощены в принципах дизайна, сложившихся в процессе развития дизайн-деятельности, определяющих эффективность проектного решения, на основе которых строится деятельность человека, преобразующего предметно-пространственное окружение.

Во-первых, это удовлетворение практических, социальных потребностей человека. На этой основе формируется *социологический* принцип дизайна, требующий изучения и учета структуры и динамики общественных потребностей.

Во-вторых, создаваемая дизайнером предметно-пространственная среда должна соответствовать инженерно-техническим условиям изготовления и использования предметов утилитарного назначения. Они должны быть удобны, просты в обращении, долговечны. На этой основе формируется *инженерный* принцип дизайна, который требует изучения и учета технико-производственных и технико-эксплуатационных факторов.

В-третьих, создаваемый дизайнером предмет или система предметов должны соответствовать анатомическим, физиологическим и психологическим характеристикам человека, формируя при этом *эргономический* принцип дизайна, требующий изучения и учета психо-физиологических факторов. Работая над созданием предметного мира для человека, дизайнер учитывает масштаб человеческой фигуры, в соответствии с которым учитываются значения Модулора, рассчитанные еще Ле Корбюзье и основанные на золотом сечении человеческого тела.

В-четвертых, предмет должен гармонично сочетаться с природным ландшафтом, не наносить вреда растительному и животному миру, формируя при этом принцип *экологический,* требующий изучения и учета природных факторов.

В-пятых, создаваемая дизайнером вещь должна быть экономически целесообразной. На этой основе формируется *экономический* принцип дизайна, в соответствии с которым учитываются затраты живого и овеществленного труда на всех стадиях создания предмета.

Наконец, при создании вещи дизайнер воплощает композиционно-эстетические факторы. Красота, соответствие предмета эстетическим закономерностям формируют *эстетический* принцип дизайна, который является универсальным синтезатором всех перечисленных выше качеств. Красота, эстетическое совершенство дизайнерского решения обеспечиваются эффективным социологическим, инженерно-экологическим, эргономическим, экономическим, антропометрическим решением произведения дизайн-деятельности [37].

Таким образом, **принципы дизайнерской деятельности** выступают либо в виде совокупности требований технической эстетики к проектированию массовой промышленной продукции, либо в виде человеческих потребностей, либо в виде формообразующих факторов, либо в качествах дизайн-продукта. Качества дизайн-продукта мы уже определили, поэтому в нашей интерпретации принципами дизайна являются те же показатели − креативность, эстетичность, экономичность, эргономичность, экологичность, работоспособность.

Контрольные вопросы

1. Как проявляют себя принципы дизайна?
2. Что значит принцип человекосообразия?

10. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ДИЗАЙНА

Чтобы освоить технологию дизайн-проектирования, необходимо изучить основные **методы дизайна.** Они помогут выявить специфические способности, необходимые дизайнеру-профессионалу.

Термин *«художественное конструирование»*, заменявший во время социализма термин «*дизайн*», сейчас обозначает один из наиболее специфичных методов дизайна. Специфическим принципом является единство утилитарных и эстетических функций изделия, *технического* и *художественного* способов освоения предметной действительности [56; 82].

В своей деятельности дизайнер пользуется художественным языком, который обладает, как известно, большой емкостью и информативностью. Чисто художественными средствами – построением объемов и линий, выбором цвета, материала, пропорций – дизайнер добивается, чтобы дизайн-продукт воздействовал на нас эстетически [49]. Кроме того, он насыщает предмет некоторой «духовной идеей», воздействующей на нас эмоционально. Именно в этой своей части – формообразовании − дизайн стоит наиболее близко к искусству и наиболее широко использует его средства [13; 45; 69; 79].

В основе *художественного метода* лежит использование способности человеческого сознания к ассоциативному мышлению. Известно, что ассоциации, естественно возникающие на основе природных факторов человеческого существования, оказываются опосредованными культурносоциальным опытом, усваиваемым человеком в процессе его онтогенетического развития. От поколения к поколению люди наследовали особого рода окрашенность эмоционального отношения к свету и тьме, к верху и низу, горизонтали и вертикали, к разного рода объемным и цветовым соотношениям, которые связаны для них с широким спектром ассоциаций. Поэтому говорят о пространственной форме как о тяжелой и легкой, статичной и динамичной; о цвете − как о звучном и спокойном, веселом и грустном, теплом и холодном и т.д. Это хорошо известные факты эмоционально-психологического воздействия пространственно-временных отношений материального мира. Красота предмета, благодаря ассоциативной способности сознания может быть интерпретирована как знак. Восприятие красоты генерирует в сознании круг идей, которые становятся смысловым значением такого знака [5].

Одним из основных методов дизайна является *проектирование.* С развитием науки, культуры и массового производства человечество все более осознает ту простую истину, что мы живем в спроектированном мире. Вся материальная обстановка, которая нас окружает, все жизненные ситуации, которые непосредственно нас касаются, все это − результат проектной деятельности. Этот процесс идет и в экономике, и в образовании, и в науке. Можно встретить выражения, отражающие проектирование личной жизни человека − «планирование семьи», «расчет семейного бюджета» и т.д. [11].

Дизайн проявляется в различных областях деятельности. Но универсальность ему обеспечивает использование всеобщих методов, одним из которых является *метод компоновки* основных составляющих данного объекта. *Компо-*

новка − новое гармоничное соединение частей скомпонованных ранее иначе или вообще существовавших отдельно.

Л.И. Новикова [49] указывает на метод сочетания *аналитического расчета с творческой композиционной интуицией* дизайнера.

В научной сфере дизайна используют *метод экспертизы изделий.* Экспертиза промышленных изделий на основе всестороннего изучения выпускаемых моделей и сравнение их с лучшими зарубежными аналогами – это необходимое звено в проработке общих требований к изделиям. В ходе ее изделие оценивается с различных сторон в плане технического и конструкторского совершенства, удобства пользования, оптимальности рыночной цены, оценки потребителем с точки зрения целесообразности и красоты [77].

Важную роль в рождении новой формы дизайн-продукта играет *фантазия.* Фантазия рождает мечту, мечта – идеи. Л.М. Холмянский и А.С.Щипанов [75] считают, что дизайнер должен сочетать в своей работе *чутье, фантазию с аналитическим расчетом и здравым смыслом*.

Дизайнер − человек искусства, поскольку ему свойственно характерное для искусства вживание в роль другого человека, в данном случае − потребителя. Как человеку искусства, связанному с художественным творчеством, дизайнеру необходимы знания художественных дисциплин − живописи, скульптуры и т.д., а как человеку, которому приходится работать с инженерами и технологами, ему нужна база технических дисциплин. Поэтому успешной профессиональной дизайнерской деятельности способствует *владение методами научного мышления*: сравнение, различение, анализ, синтез, обобщение, абстрагирование.

О необходимости *теоретического запаса* говорит Л.И. Новикова [49]. Она считает, что эргономика, инженерия, психология, антропометрия, социометрия являются исходным материалом и определяют границы творчества дизайнера. *Творческая интуиция*, в свою очередь, позволяет связать показатели различной модальности, минуя недостающие связи, в единое, целостное строение.

Мы выделяем следующие **основные методы дизайна:**

1. художественное проектирование (моделирование художественного образа в воображении и отражение его в эскизах)***;***

2. компоновка (новое гармоничное соединение частей, скомпонованных ранее иначе или вообще существовавших отдельно)***;***

3. конструирование (построение чертежа изделия на бумаге)***;***

4. моделирование или макетирование (воспроизведение по эскизу и чертежу изделия из макетных материалов)***;***

5. фантазия.

Проектирование является главным методом дизайна. В него входят все указанные выше методы. Синтетическим методом, без которого не может осуществиться весь процесс проектирования, является фантазия.

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные методы дизайна.
2. Что такое художественное проектирование?
3. Что такое компоновка?

11. ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В исследованиях специалистов обнаруживаются различные подходы к выявлению основных типов проектирования. Представим некоторые из них.

В одном из описаний типов проектирования можно выделить т**ехнологическое, морфологическое, функциональное, художественное конструирование.** Ниже представлено это описание, автор которого неизвестен.

Проектная деятельность стала складываться в период становления промышленного производства в середине XIX в. По мере развития общества и производительных сил у людей среднего класса возникает потребность в приобретении доступных, недорогих изделий. Продукция, выпускаемая ремесленниками в единичных экземплярах, была дорогой, а выпускаемая большим тиражом на первых мануфактурах − более дешевой и доступной для большинства. Поэтому в начале XIX в. появляется необходимость изготовления изделий, выпускаемых средствами промышленного производства. Культурный образец, вовлеченный в промышленное производство, стал играть роль прототипа. Основная задача проектировщика того периода сводилась к приспособлению ремесленной технологии изготовления изделия к условиям массового производства при обязательном сохранении назначения, структуры и формы самого изделия.

Таким образом, предметом проектной деятельности стало копирование ремесленного образца с учетом новой технологии, следовательно, этот вид проектирования можно назвать технологическим. **Технологическое проектирование** образовало первый базовый слой структуры проектной деятельности.

При изготовлении модернизированного, улучшенного изделия встала задача перекомпоновки структуры и формы изделия (конструкции), при сохранении его функционального назначения и с учетом новой технологии. В связи с этой задачей возникает новый тип проектирования - **морфологическое**, которое реализует разработку новых материальных форм. В свою очередь задача технологического проектирования видоизменяется, так как теперь оно имеет дело уже не с ремесленными образцами, а с новыми конструкциями изделий.

Бурное развитие общества: рост населения, городов, развитие промышленности, изменение уклада жизни, появление новых учреждений, форм коммуникации − все это требовало новых зданий, новых вещей, транспорта, железных дорог, телефонных станций, визуальных коммуникаций.

Возникшие в связи с этим задачи сначала решались путем перепроектировки ремесленных прототипов. Однако общество требовало опредмечивания новых функций в новых вещах. Появилась потребность в проектировщиках, способных осмыслить функцию вещи в соответствии с новыми потребностями.

И если прототип в ходе технологического и морфологического проектирования не реализовывал новые функции, то проектировщик должен был смоделировать их заново. Появился новый тип проектной деятельности - **функциональное проектирование,** задача которого − проектировать не вещи, а функциональные процессы и эффекты.

Этот принцип формулируется так: проектировать не светильник, а освещенность; не кресло, а комфорт, не мост, а удобную и экономическую переправу людей и транспорта. Дизайнер сознательно абстрагируется от конкретного изделия и концентрируется на функции, которую оно должно выполнять. Затем внимательно перебирает все ассоциации, связанные с предметами или процессами, выполняющими данную функцию. Если ему удается максимально абстрагироваться, получаются совершенно новые изделия.

Однако промышленные изделия, созданные с помощью указанных трех видов проектирования, не несли в себе художественной ценности, которая была свойственна культурным образцам, изготовляемым в ремесленных условиях, лишены эстетических качеств. Конфликт, создавшийся в результате внедрения новой промышленной продукции в культурную среду, вызвал в обществе резко отрицательную реакцию. Сложилась ситуация, когда образцы прежней социально-культурной среды были разрушены, а новые культурные образцы − еще не созданы. В связи с этим была поставлена задача соединить художественную идеологию с проектной практикой. Так возник новый тип проектирования − **художественное конструирование.** Для него проектной деятельности потребовались специалисты, обладающие особым художественным мышлением, умеющие рассматривать проектируемый объект и как образ, и как функцию.

В.Е. Романов [58] описывает метод, активно использовавшийся в 50-60-х годах XX в. **Системная методология проектирования возникла** в связи со значительными изменениями, происходившими в это время в сфере проектирования. Они были обусловлены усложнением конструкции объектов, повышением ответственности проектировщика за принятые проектные решения, необходимостью установить связи между объектами, между человеком и средой.

В отличие от традиционной, эта методология исходит с позиций общности проектируемых объектов, а не их различий, т.е. в центре внимания оказывается процесс проектирования, который почти полностью игнорировался традиционным подходом. В основу новой методологии проектирования положена системная концепция, которая рекомендует исследовать объект как бы извне, или, иными словами, с точки зрения подсистемы, в которую входит исследуемый объект.

Системный подход − направление методологии научного познания, социальной практики и проектирования объектов, в основе которого лежит рассмотрение объектов как системы. Целостность объекта познается путем выявления многообразных компонентов структуры и типов связей в ней, а затем сводится в единую теоретическую картину. Принципы системного подхода нашли применение не только в биологии, экологии, психологии, кибернетике, технике, экономике, управлении, но и в проектировании объектов и изделий.

В центре системной методологии проектирования находится процесс количественного сравнения проектных решений (различных альтернатив), который выполняется с целью выбора оптимального проектного решения, подлежащего реализации. Сам процесс проектирования также следует рассматривать как систему, в которую входят: 1) то, что проектируется (объект проектирования); 2)

те, кто проектируют (проектировщики); 3) средства проектирования. Эти составляющие определяются как проектирующая и проектируемая системы.

Системный дизайн выходит на стратегический уровень проектирования человеческой деятельности. Понимание дизайна как процесса «целесозидания» в полной мере относится и к системному дизайну, формированию дизайн–программ. Можно выделить два аспекта теоретико-методических исследований деятельности по созданию дизайн-программ: формирование дизайн-концепции, определяющей содержание деятельности, целеполагание и формирование социотехнических программ деятельности. Дизайн–программа призвана сформулировать стратегию проектирования сложного системного объекта и обеспечить деятельность по внедрению объекта в промышленность. Это план действия для достижения поставленной цели. Смысловым центром дизайн–программы служит дизайн-концепция – описание деятельности в таких категориях как «идеал», «ценность», «культурный образец», и придание ей направленности на преобразование социокультурных значений среды, детерминируемое человеческими потребностями [5; 59].

В диссертационном исследовании **Л.Ю. Анцуповой** [1, с. 12] приводится следующая классификация:

технологический дизайн – проектирование функции, содержания изделия;

конструкторский дизайн – конструирование целесообразной формы;

организационный дизайн – управление производством, организация рабочего места, зон отдыха, производственных интерьеров.

Классификация Н.В. Воронова.

Н.В. Воронов [13] делит дизайн-проектирование на типы **по глубине проработки изделия:**

полный дизайн – компонуются, соединяются в одном объекте два или три существовавших ранее отдельных объекта, и получается новая функциональная структура; либо проектируется совершенно новое, не имеющее аналогов изделие;

дизайнерская стилизация – происходит лишь внешнее, поверхностное изменение изделия с тем, чтобы отработанную конструкцию «одеть» в новую, эстетически более приемлемую форму;

дизайнерская модернизация – перекомпоновка идет внутри данного объекта меняется его структура (но непринципиально), упраздняются или, наоборот, добавляются отдельные узлы, части и т.д., улучшается функционирование, и при этом потребитель получает какой-либо выигрыш – экономию времени, сил, энергии, средств и т.п.

Модернизация – *несущественное структурное усовершенствование прототипа.* Это самый распространенный тип проектирования, связанный с приведением серийных изделий в соответствие с изменившимися требованиями и нормами. Необходимость модернизации определяется и тем, что развитие общественных потребностей опережает совершенствование изделий, обновление материальной и производственной базы предприятий. Не случайно многие изделия подвергают модернизации до запуска в производство.

Правильная организация модернизации зависит от предварительного решения двух задач: первая связана с определением недостатков модели; вторая – с определением требований, которым должно удовлетворять изделие. Решение этих двух задач вносит ясность в процесс модернизации.

Различают два вида проектной модернизации.

Эпизодическая модернизация. Основанием для разработки проекта служат сигналы потребителей, частые поломки, падение спроса на изделие на внутреннем и внешнем рынках. Бывает, что прямых претензий к изделию нет, но технический прогресс требует изменения конструкции, особенностей функционирования, уровня комфорта и других качеств изделия.

Плановая модернизация. Изделие разработано с учетом того, что его потребительские свойства будут периодически повышаться в связи с появлением новых технических и художественно-конструкторских решений, комплектующих изделий, новых материалов и технологий.

Для модернизации дизайнер проводит тщательный анализ исходной ситуации и модели прототипа, выявляет недостатки и разрабатывает с помощью макетов усовершенствованный аналог.

Стайлинг (от англ. style – стиль, мода) – *внешнее преобразование прототипа.* Стайлинг – одно из направлений дизайна, выражающееся во внешнем, не затрагивающем конструктивную и функциональную основу, изменении промышленного изделия в соответствии с господствующим стилем. Стайлинг обусловлен необходимостью модернизации формы функционально-стабильных изделий в соответствии с требованиями стилевого единства предметной среды.

Примеры: изменение формы обуви, изменение формы электрочайника, светильника, ножниц, часов, кофемолки и т.д. В настоящее время широко спекулируют особенно китайские производители, используя стайлинг как «средство косметического преобразования» своей продукции, придав внешнюю яркость, броскость товару подчас плохого качества, чтобы обеспечивать его сбыт. Происходит фальсификация изделий, но это не имеет ничего общего с подлинными задачами стайлинга.

Полный дизайн - *разработка нового объекта, не имеющего прямого прототипа.* Это своеобразный переворот в технике, качественный скачок: появилось на свет то, о чем прежде никто не догадывался. Форма же, словно по инерции, так много перенимает у близкой по каким-либо признакам старой вещи, что ее лишь с большой натяжкой можно назвать новой.

Автомобиль, появившись на свет, первоначально был коляской без лошадей, электрические светильники имитировали канделябры со свечами, а изобретатель пишущей машинки, не найдя в прошлом аналогов, вдохновился образом клавесина.

Интенсивность развития инженерной мысли во многом зависит от того, насколько своевременно реализуется она в конкретной форме. Отталкиваясь затем от формы и возвращаясь к технической идее, творец нового совершенствует ее, уточняя одновременно и сам путь технической реализации идеи. И, конечно, не случайно крупнейшие инженеры своего времени прекрасно владели изобразительными средствами, а потому видели свою идею воплощенной в

конкретную форму. Об этом свидетельствуют многие проекты, появившиеся в эпоху Ренессанса в разных странах.

Парадоксально, но в наше время такой характер развития инженерной мысли становится редким явлением. Видимо, сказывается все большая дифференциация проектных задач в технике. Конструкторы слабо владеют рисунком – их этому недостаточно учат, а дизайнеры во многих случаях не могут разобраться в сложной конструкции.

Утрата универсализма в технике оказывается не столь безобидной. Ведь если конструктор способен представить себе и выразить на бумаге все сложности пространственной организации создаваемой машины или предмета, он значительно ускоряет и облегчает процесс ее разработки. Точно так же дизайнер должен уметь осмыслить конструктивные особенности, использование которых может подкрепить его конкретные формы.

Классификация И.А Розенсон. [57, с. 68].

Аналоговое проектирование. Неопределенность ситуации сводится к определенной, имеющей известное решение. Находятся аналоги, прототипы решения сходной задачи. Проверяется возможность перенесения найденных решений на проектируемый объект. В проектном предложении знакомые решения минимально трансформируются.

Инновационное проектирование. Определенная ситуация при расширении ее контекста (при включении в нее новых обстоятельств, точек зрения) освобождается от готовых решений. Ситуация становится неопределенной, открытой, обладающей широким веером возможных решений. Выбранное решение конкретизируется, проверяется его уместность и своевременность в данной социокультурной ситуации, рассматривается практическая возможность воплощения, соответствие уровню развития технологий, допустимым финансовым затратам. В проектном предложении содержится неожиданное и на первый взгляд парадоксальное разрешение проблемы. В инновационном проектировании часто проектируется не изделие, а функция. (Розенсон И.А., с. 68)

Классификация Метленкова Н.Ф. [38 С. 44-47].

Объектный дизайн. В конце XIX − в начале XX в.в. сформировался объектный подход в дизайне – проектирование любой вещи как объекта, обладающего собственной уникальной функцией и собственным стилем. Необходимость и главенство объектного функционализма демонстрировались выпускаемыми изделиями. Самой актуальной темой творческих диспутов на философском уровне была тема «коллективное-индивидуальное», которая завершалась доказательством жизненности «коллективного» начала и культурной тупиковости для человечества «индивидуального», а на эмпирическом уровне развивалось направление утилитарного практицизма и унификации (типизации) любого проектируемого объекта и всех его характеристик (конструктивных элементов, материала, цвета, фактуры, текстуры, пластики). В нашей стране яркими представителями функционализма стали братья Веснины (конструктивизм), Эль Лисицкий (проуны), К. Малевич (супрематизм).

Средовой дизайн. В 40-80 гг. XX в. необходимость быстрого восстановления разрушенного во время войны хозяйства при ослабленной экономике потребовала предельного рационализма во всех сферах, в том числе в культуре, искусстве, дизайне, особенно промышленном. Организация и проектирование систем (метро, автотранспорта, аэропортов) детерминировали актуальность средового подхода − проектирование не отдельных вещей, а элементов единой среды. Средовой подход распространился во всех сферах культуры, сложился «дизайн архитектурной среды».

Имидж-дизайн. В конце XX – начале XXI в.в. постиндустриальное общество и постмодернистская культура переключаются на идеи антропоцентризма, обострившие гуманитарную проблематику и выдвинувшие на первый план субъект – творческую личность. Творческое мышление и творческий потенциал человека становятся востребованными. Творческий человек − приоритетная цель общества в целом и сферы образования в частности. Исходя из этого, метод современного дизайна – это не столько «объектная деятельность» (проектирование потребительских и объектов художественной культуры), сколько «субъектная деятельность» − проектирование субъектами самих себя как неповторимых личностей с собственным микромиром. «Воля созидать» (А.Ригль) и «вживание» творческого «Я» в ситуацию (Т. Липпс) приобретают значимость и ценность. В наше время массового творчества актуально профессиональное умение напряженно вглядываться в себя, как в полноправного члена общества, читать в себе новые тенденции, вещественно артикулируя их как можно яснее и выразительнее, задавать социально значимые направления в культуре. Сегодня быть дизайнером − значит быть лидером культуры, лидером вновь создаваемого социального порядка. Способность дизайнера быстро менять себя, свое видение, средства выражения, чтобы быть эффективным «уловителем» и «овеществителем» ежедневно меняющихся тенденций, ценится очень высоко. Ведущим средством в дизайне как разновидности художественного творчества, средством улавливания новых тенденций становятся чувства.

Современный дизайн несет в себе имидж своего создателя и прежде всего образ его представлений о мире, порядке, ценностях, требует от дизайнера высокого уровня концептуального мышления. Это означает, что дизайнеру необходимо быть не только художником, но социально ориентированным философом, мыслителем, саморазвивающимся и следующим за саморазвитием природы. Вне философии не было и не может быть ни профессионального дизайнера, ни дизайна как высокого искусства.

12. ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Важным компонентом, характеризующим специфику дизайнерской деятельности, является **структура процесса дизайн-проектирования**. В работах по теории и методологии дизайна встречаются различные подходы к разработке структуры этого процесса. Выделяется различное количество его стадий в зависимости от масштаба и области проектирования.

Например, А.Л. Дижур [18, с. 18] выделяет следующие этапы.

1. Первичная постановка задачи и сбор научных данных, необходимых на предпроектном этапе разработки.

2. Выработка концепции будущего изделия, его основной идеи, соответствующей оптимальным экономическим, технологическим и конструктивным требованиям; поиски вариантов конструктивного и технологического решения.

3. Поиски оптимального варианта художественно-конструкторского предложения; окончание художественно-конструкторской разработки; изготовление моделей и действующих образцов.

4. Уточнение и совершенствование основного варианта.

В исследовании Е.В. Колесниковой [27, с. 12] представлена подробная последовательность проектирования изделия в промышленных условиях, состоящая из 20 стадий (см. табл. 2):

Таблица 2.

Последовательность проектирования изделия в промышленных условиях

№	Наименование стадии	Проблема стадии
.	Анализ существующего состояния	Что уже есть? Что хорошо и что плохо?
	Определение цели	Какого результата необходимо добиться?
	Определение потребности в усовершенствовании	Что нужно сделать?
	Генерирование идей и предложений	Как можно сделать?
	Выработка концепции проекта	Какие идеи будем использовать в конкретных условиях?
	Экспертиза вариантов	Что и как получить?
	Выбор базового варианта проекта	Что принимаем за основу?
	Выполнение проекта	Рисунки, схемы, чертежи, выбор материалов.
	Макетирование	Все ли понято на рисунке, чертеже?
	Технология изготовления	Как сделать спроектированное?
	Создание опытного образца или модели	Будет ли он работать?
	Испытание опытного образца	Получилось ли задуманное?
	Внесение уточнений в проект	Что показала практика?
	Изготовление опытной партии	Нельзя доверять одному образцу
	Анализ эксплуатации изделия	Критерий истины − практика
	Внесение корректив в конструкцию и технологию	Работа над ошибками – тоже работа
	Организация серийного производства	Где и какими средствами?
	Маркетинг	Реклама, оценка спроса. Что нового у конкурентов?
	Прогнозирование	Перспектива рынка.
	Анализ существующего состояния	Новый виток совершенствования и модернизации изделия.

В процессе эмпирического анализа мы убедились, что процесс дизайн-проектирования имеет три основных этапа:

1) проект-идея − дизайн-концепция (сформулированный художественный образ);

2) проект-эскиз − эскизная разработка идеи (авторский поиск, выбор оптимального варианта);

3) проект-результат − дизайн-продукт (материальное воплощение изделия).

Таким образом, ***<u>целостное дизайн-проектирование</u> - это процесс, включающий дизайн-концепцию, эскиз и дизайн-продукт.***

Дипломная или курсовая работа дизайнера содержит все эти этапы, но там они раскрываются наиболее полно.

Этапы проектирования нового изделия.

1. **Выбор актуальной темы** и формирование дизайн-концепции. На этом этапе определяется образность будущих изделий, контенгент потребителя, ассортимент одежды.

2. **Предпроектный анализ** − этап изучения и накопления информации в набросках, когда прослеживается историческое развитие темы, систематизируются исторические прототипы.

3. **Сбор аналогов.** Собираются, систематизируются и анализируются аналогичные современные изделия.

4. **Эскизирование** – трансформация накопленных идей в авторские эскизы новых идей-моделей, соответствующих современным тенденциям в одежде.

5. **Конструирование и макетирование** − проработка новой идеи в чертеже и в объёмно-пространственной форме.

6. **Изготовление** – воплощение в материале идеи, проработанной в эскизе, чертеже и макете.

7. **Рефлексия** (анализ проделанной работы), систематизация материалов и оформление пояснительной записки.

Часто в своей практике дизайнер по костюму прибегает к **модернизации** морально устаревшего изделия, которое еще не износилось, имеет качественные, добротные материалы, но выглядит не современно. Модернизация морально-устаревшего изделия проходит следующие этапы:

1. **Анализ проблемы**. Модна ли степень облегания изделия по фигуре на различных участках? Необходима ли плечевая накладка? Удовлетворяет ли длина изделия и рукавов? Присутствует ли декоративная отделка и насколько она актуальна? Актуальны ли застежка и форма отдельных частей изделия?

2. **Варианты модернизации**. Фантазирование и поиск новой формы, декоративной отделки. Выбор оптимального варианта.

3. **Анализ модернизации**. Какие преобразования произведены? Что модного и актуального внесено?

Контрольные вопросы

1. Назовите три основных этапа дизайн-проектирования.
2. Какой этап дизайнер может не делать сам?
3. В чем особенность проектирования изделия в промышленных условиях?
4. В чем заключается предпроектный анализ?
5. Что такое «модернизация»?

13. МОДЕЛЬ СПЕЦИАЛИСТА-ДИЗАЙНЕРА

Попытаемся определить составляющие элементы идеальной модели специалиста-дизайнера.

Несомненно, что дизайнер, в первую очередь, − это творческая личность. Выясним, что входит в это понятие.

По мнению А.Н.Воробьева [10], творческая личность сочетает в себе прямо противоположные черты: серьезность и шутливость, приверженность традициям и «бунтарство», уверенность в себе и скромность, готовность к риску и осторожность, деятельный характер и склонность к размышлениям, гибкость и в то же время упорное следование по избранной дороге, фантазия и реалистичность.

По мнению психологов, творческому мышлению способствует целый ряд его компонентов. Это способность к видению проблемы, оригинальность мышления, диалектичность, легкость ассоциирования, творческое воображение, способность предвидения, гибкость мышления, антиконформизм, легкость генерирования идей, критичность мышления, способность к оценке, способность к широкому переносу опыта, готовность памяти, способность к доведению дела до конца, способность к обобщению, цельность восприятия, беглость речи. Особенности, тормозящие творческий процесс, – это косность, односторонность мышления, инертность, шаблонность, внушаемость, узость, субъективизм [22].

Понятие творчества включает знание и социально значимые результаты. Различные типы мышления (художественное, техническое, математическое, теоретическое, практическое и прочее), разные типы профессионально-творческих способностей говорят о том, что творческое мышление носит внутренне дифференцированный характер. Различные типы такого мышления различаются выраженностью отдельных элементов, хотя все они необходимы для любого типа. В качестве составляющих творческого мышления можно выделить критицизм, конструктивность, образность, эмоциональную насыщенность, рациональность [72].

Мы выделяем следующие **личностно-профессиональные качества дизайнера-профессионала**: *креативность, смелость, самостоятельность, проектную рефлексию, коммуникативную компетентность, индивидуальный стиль.* Названные качества можно охарактеризовать следующими показателями.

Креативность:

- высокая способность к генерированию идей;
- мобильность скорость и гибкость мышления;
- новизна созданных образов.

Смелость:

- легкое преодоление стереотипов, старых норм;
- легкое начало и завершение работы;
- отсутствие страха перед новыми материалами и технологиями.

Самостоятельность:

- умение самостоятельно находить импульс, источник творчества;
- способность разработать технологию;
- самостоятельный поиск профессиональной информации.

Проектная рефлексия:
- умение анализировать источник творчества;
- умение анализировать индивидуальный образ клиента, его потребности;
- умение сформулировать дизайн-концепцию.

Коммуникативная компетентность:
- умение слушать клиента, проникнуться его потребностями и переживаниями;
- позитивный настрой в общении;
- умение осуществить презентацию индивидуальности клиента и результатов своего труда.

Индивидуальный стиль:
- своеобразная графическая подача эскизов;
- оригинальность художественных образов;
- своеобразная манера одеваться.

Данные качества − необходимые составляющие личности профессионального дизайнера. Они входят в структуру модели специалиста-дизайнера.

Определим и другие компоненты модели специалиста-дизайнера − врожденные способности, наличие и развитость которых гарантируют наиболее полную и успешную реализацию творческого потенциала дизайнера.

Л. М. Москвичева [44] указывает на то, что границы творчества определяются *творческим потенциалом личности*, который содержит:
1) интеллектуальные возможности,
2) эмоциональные возможности,
3) волевые возможности,
4) физические возможности,
5) уровень практических умений и навыков.

Н.И. Шевандрин [81] в своей классификации основных потенциалов творческий потенциал ставит отдельно − он объединяет все другие:
1) познавательный потенциал;
2) морально-нравственный потенциал;
3) коммуникативный потенциал;
4) эстетический потенциал.

С нашей точки зрения, границы творчества дизайнера задаются сформированными личностно-профессиональными качествами, врожденными психическими особенностями и уровнем достигнутых знаний и умений по проектированию дизайн-продуктов, то есть мастерством.

Мы выделяем такие **психические особенности дизайнера**:
- *развитое зрительное восприятие,*
- *емкая зрительная память (эйдетизм),*
- *детальное пространственное воображение*.

Дизайнер должен обладать мастерством воплощения своих творческих идей. Нереализованность проектов обычно характеризует пустословного человека. Дизайнер же владеет навыками четкой передачи своих образов на бумаге.

С нашей точки зрения, дизайнер должен обладать **культурой дизайнерского мышления.** В специальной литературе мы не нашли четкого описания этого понятия. Попытаемся определить, что это такое. В педагогическом словаре Г.М. Коджаспировой и А.Ю. Коджаспирова [25, с. 69] «культура мышления – это степень овладения человека приемами, нормами и правилами умственной деятельности, выражающаяся в умении точно формулировать задачи (проблемы), выбирать оптимальные методы (пути) их решения, получать обоснованные выводы, правильно пользоваться этими выводами на практике; культура мышления повышает целенаправленность, организованность, эффективность любого вида деятельности».

В.Ф. Кригер [30] выделяет такое интегративное качество культуры дизайнерского мышления как *целостность*. Кроме того, он раскрывает особенности творческого мышления, свойственные дизайнеру: видение структуры, видение нового, способность к переносу знаний, умений и навыков, легкость переключения от первоначальной стратегии поиска − к новой. С его точки зрения, особенность дизайнерского метода графического моделирования, «мышление образами» заключается в необходимости использовать хорошо развитое пространственное воображение и умение отобразить его элементарные акты в простых графических образах.

Н.В.Воронов [11, с. 7] фиксирует *красоту замысла* в дизайнерском мышлении. Он считает, что для некоторых произведений дизайна красота форм вообще не является обязательной.

В трудах ВНИИТЭ [85, с. 86] указывается на такие важные особенности творческого дизайнерского мышления как *эстетическое* и *художественное осмысление:* «Формирование практически полезных объектов определяется задачей оптимальными средствами удовлетворить общественную потребность во всей ее сложности. При этом необходимо не суммировать полезность, прочность, красоту, а *интегрировать* многочисленные факторы, влияющие на форму, на основе их эстетического и художественного осмысления. Именно это отличает деятельность дизайнера от инженерного конструирования».

Мнения ученых сводятся к тому, что составным элементом культуры дизайн-мышления является владение методами дизайн-проектирования. Мы считаем, что сюда же относится владение знаниями и принципами дизайна.

Как представляется, составным элементом культуры дизайн-мышления является **профессиональное мировоззрение.** Раскроем его особенности. Л.Н. Безмоздин [5, с. 248] рассматривает проектирование как процесс целеполагания и духовно-практической деятельности: «Духовные составляющие преобразовательной дизайнерской деятельности приходятся на фазу проектирования. Здесь на основе выявления человеческих потребностей и интересов познаются и формируются цели деятельности. Созидание цели означает одновременно и познавательную, и ценностно-ориентационную деятельность человека. Преобразовательная деятельность на ее идеальном уровне поддерживается и коммуникативной. Поэтому проектирование можно назвать духовно-практической деятельностью человека. Проектная стадия преобразовательной деятельности позволяет «проиграть» в модельно-знаковой форме «сценарий» будущего функ-

ционирования вещи и тем самым выявить и устранить ее возможные несовершенства еще на стадии проектной разработки, а не в условиях реального бытия».

В дизайнерской деятельности важное значение имеет соотношение нормативного и творческого. Нормативным моментом являются стандарты как совершенные образцы настоящего, творческим моментом является поиск нового, более совершенного образца. Дизайн позволяет перейти от совершенной модели сегодняшнего дня к идеальной модели будущего. Стандарт представляет собой формализацию предшествующего и существующего опыта. Вместе с тем он является исходным пунктом поиска нового, более совершенного образца, что связано с необходимостью выхода за рамки существующей системы. Дизайн выступает в роли разведчика будущего и стимулятора творческой активности. Он связывает в динамическую систему реальные возможности современного производства с творческим поиском научной мысли и художественного воображения [49].

Переход от старого стандарта к новому означает наличие в этом моменте как созидательного, так и разрушительного начал. Новое – это всегда более совершенное, а отказ от старого – это часто разрушение существующих представлений и способов действий. Противоречия между существующим предметным окружением и современными требованиями общества образуют движущую силу прогресса. Это определяет еще одну особенность дизайнерской деятельности: разрешение противоречий, стереотипов как составляющая структуры мировоззрения дизайнера.

Трудность процесса проектирования предметной среды заключается в том, что дизайнер должен на основании современных данных прогнозировать будущее состояние вещи, которое возникает только в том случае, если его прогнозы верны. Предположения о конечном результате проектирования приходится делать еще до того, как исследованы средства его достижения. Дизайнер вынужден прослеживать события в обратном порядке, от следствий к причинам, от ожидаемого влияния данной разработки на мир к началу той цепочки событий, в результате которой возникает это влияние [17].

Прогнозирование идеального будущего состояния образа жизни общества через посредство «искусственной среды» определяет особенность эстетического характера дизайнерской деятельности. Л.С. Сысоева [67] указывает, что не каждый труд имеет право называться эстетическим, и выделяет существенные моменты, определяющие эстетический характер деятельности. Для того чтобы человек творил по законам красоты, он должен обладать сознательной эстетической целью и иметь определенную эстетическую подготовку, которая должна быть не просто философско-эстетической, а практически художественной. Такую подготовку дает специальное художественное образование дизайнера. Таким образом, эстетическое содержание труда определяют:

1) наличие специфической цели как выражение определенной человеческой потребности, называемой эстетической;

2) предмет и художественные средства труда;

продукт труда, который выражен в том или ином художественном предмете;

3) обеспеченность художественным образованием.

Профессиональное дизайнерское мировоззрение является одним из элементов культуры дизайнерского мышления и определяет качество подготовки специалиста. Руководствуясь принципами дизайнерской деятельности, полагаем, что дизайнер-профессионал трансформирует свою деятельность сквозь призму следующих понятий, а именно дизайн как:

средство формирования образа жизни;
средство воспитания;
природосберегающее средство;
забота о здоровье и комфорте человека;
презентация человека;
регулятор потребностей;
формирование эстетического вкуса;
средство прогнозирования и моделирования;
средство построения концепций;
игра идей;
разрешение противоречий;
разрушение стереотипов.

Из этих понятий складывается мировоззрение дизайнера, которое является неотъемлемым компонентом модели специалиста.

Обобщая приведенные материалы, выделим следующие **компоненты культуры дизайнерского мышления:**

владение знаниями, принципами и методами дизайн-проектирования;
мышление образами;
дизайнерское мировоззрение.

На основании этого сформулируем следующее понятие: ***культура дизайн-мышления – это владение дизайнерским мировоззрением, знаниями, принципами, методами дизайн-деятельности, способностью создавать художественные образы.***

Таким образом, мы спроектировали **модель специалиста-дизайнера**. Эта модель включает следующие слагаемые:

личностно-профессиональные качества;
специфические психические особенности;
культура дизайн-мышления.

Эта модель конкретизирует идеал, на который должно ориентироваться вузовское дизайнерское образование.

Контрольные вопросы

1. Какие личностно-профессиональные качества характеризуют дизайнера-профессионала?
2. Развитость каких психических способностей отличает дизайнера от других людей?
3. На чем строится профессиональное дизайнерское мировоззрение?
4. Что такое «культура дизайнерского мышления?

14. ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ТВОРЧЕСТВА

Сегодня перед образованием стоит сложнейшая задача – воспитать культурную, творческую личность, умеющую найти свое место в сложной, постоянно изменяющейся действительности. Для дизайнера творческие способности вдвойне актуальны как для члена общества, и как для художника.

Б. Любимов [35] и Н.В.Видинеев [9] утверждают, что Творец наделил человека частицей собственной сущности – волей к творчеству и даром творчества во всех разнообразных сферах жизни. Формирование профессионально-творческого мышления было бы недостижимо, если бы всякое обычное мышление не носило имманентно-творческого характера. Любой сознательный акт жизни есть одновременно и творческий.

О.И. Нестеренко [45] определяет **творчество** *как выход мысли за пределы известного.* Наилучшей почвой для рождения творческих идей является личный опыт (активная подготовка). Пассивную подготовку дает косвенный опыт, например, чтение, слушание, размышление. Творческие открытия чаще всего делают люди, способные давать волю воображению, но умеющие своевременно делать практические выводы. Творческое воображение можно заставить работать, только сбросив оковы традиционности, выработав иммунитет против критики − «это не будет работать» − и, приняв решение, достичь «невозможного».

Виртуальным продуктом творчества является **художественный образ** – эмоциональный сгусток, изображенная словами, музыкой или красками мысле-форма.

Реальным продуктом творчества является художественное произведение. **Художественное произведение** – имеет следующие необходимые компоненты:
1) мысль;
2) эмоции;
3) форму, опредмеченную в виде текста, эскиза, музыки и т.д.;
4) структуру;
5) композицию.

Этапы творческого процесса.

1. Беспокойство и выявление проблемы (депрессионная яма проблемы).
2. Поиски и сбор дополнительной информации.
3. Инкубация − вынашивание идеи (работа сознания и подсознания).
4. Инсайт − озарение (выброс решения из подсознания в сознание).
5. Проверка правильности решения, его соответствия существующим условиям или требованиям.

Исследователи психологии творчества, опрашивая художников, пришли к выводу, что открытию нового, озарению, вдохновению предшествует глубокое изучение объекта деятельности, напряженная работа мозга, длительный процесс обдумывания. Вдохновение − это не самопроизвольный процесс; он протекает бессознательно вследствие того, что ассоциации не улавливаются сознанием, а мозг мыслит свернутой информацией. Поэтому вдохновение можно вызвать усиленным сосредоточием на проблеме. Бывает часто, что озарение приходит

неожиданно в результате какого-либо внешнего толчка, импульса. Это результат работы подсознания. При бесплодных попытках человек отвлекается от стоящей перед ним задачи, дает сознанию отдохнуть, а подсознание в это время активно работает, ищет решение, находит его и выдает на поверхность сознания при появлении внешней ситуации, аналогичной с решаемой. Получается, что мысли резонируют друг с другом, поэтому появляется яркий эмоциональный фон.

Факторы, способствующие формированию творческой личности.

Анализируя многообразный материал по психологии творчества, мы выделили следующие факторы:

1. Природные задатки.
2. Развивающая среда.
3. Творческая обстановка.
4. Интенсивные интеллектуальные и физические упражнения.
5. Раннее развитие.
6. Наличие критически настроенных оппонентов.
7. Глубокие эмоциональные переживания.

Качества творческой личности.

Стремление к новизне.
Мобильность.
Реактивность;
Гибкость.
Дивергентность мышления (способность находить несколько решений и выбирать лучшее).
Панорамность мышления (широкий охват факторов, влияющих на проблему).
Смелость (страх не совместим с творчеством).
Активность.
Экстравагантность.
Эстетический вкус.
Стремление к свободе.
Умение преодолевать трудности и препятствия в процессе достижения цели (через тернии – к звездам).
Большое трудолюбие.
Безразличие к излишествам.
Неудовлетворенность – условие к развитию;
Высокая потребность в самоутверждении;
Гиперкомпенсация (преодоление недостатка способности и доведение ее до совершенства);
Умение сублимировать (переводить любую энергию в творческую);
Умение преодолевать моральные, физические, материальные, теоретические барьеры.

Препятствия для творчества.

Сила привычки.

Затруднение при отказе от выношенной идеи или корректировании ее.
Узкопрактический подход.
Чрезмерная специализация способностей.
Влияние авторитетов.
Страх критики.
Организационные препятствия (отсутствие условий для творчества).

Контрольные вопросы

1. Почему на современном этапе возникла острая потребность общества в креативных людях?
2. Назовите факторы, способствующие формированию творческой личности.
3. Перечислите качества творческой личности.
4. Какие могут быть препятствия для творчества?
5. Назовите этапы творческого процесса.
6. Какие компоненты входят в понятие «художественное произведение»?

15. БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ ДИЗАЙНА

Дизайн – это вид проектной междисциплинарной деятельности, возникший на базе интеграции науки, техники, искусства.

Гуманистическая цель дизайна – забота о природе и человеке через создание гармоничной и экономичной предметной среды, основанной на учете психо-физиологических возможностей человека и природных ресурсов.

Педагогическая цель дизайна − формирование гармонично развитого человека.

Классическим дизайном является такой дизайн, где красота и польза находятся в состоянии уравновешенной взаимодополнительности.

Арт-дизайн – это такой дизайн, где художественно-эстетические качества преобладают над утилитарно-техническими.

Инженерный дизайн – это такой дизайн, где утилитарно-технические качества преобладают над художественно-эстетическими.

Дизайн-концепция – это сформулированная в тексте и эскизе идея проекта, основанная на учете ценностей и потребностей человека, для которого создается.

Педагогический потенциал дизайна − это воспитательные и обучающие возможности, реализующие цель гармоничного развития человека.

Гармонично развитый человек – это личность, способная воспринимать и творить материальную и духовную культуру по законам красоты и гармонии.

Гармоничная предметная среда – это среда, наиболее адекватно удовлетворяющая материальные и духовные потребности человека.

Качества дизайн-продукта (принципы дизайна): креативность, эстетичность, экономичность, эргономичность, экологичность, работоспособность.

Дизайн-проектирование − это процесс, включающий дизайн-концепцию, эскиз и дизайн-продукт.

***Методы дизайна*:** художественное проектирование, компоновка, конструирование, моделирование (макетирование), фантазия.

Личностно-профессиональные качества дизайнера-профессионала: креативность, смелость, самостоятельность, проектная рефлексия, коммуникативная компетентность, индивидуальный стиль.

Психические особенности дизайнера: развитое зрительное восприятие, емкая зрительная память (эйдетизм), детальное пространственное воображение.

Культура дизайн-мышления – это владение дизайнерским мировоззрением, знаниями, принципами, методами дизайн-деятельности, способностью создавать художественные образы.

Модель специалиста-дизайнера: личностно-профессиональные качества; специфические психические особенности; культура дизайн-мышления.

Модернизация - несущественное структурное усовершенствование прототипа.

Стайлинг (от англ. style − стиль, мода) − внешнее преобразование прототипа. ***Полный дизайн*** − разработка нового объекта, не имеющего прямого прототипа.

Цель образования – воспитание культурной, творческой личности, умеющей найти свое место в сложной, постоянно изменяющейся действительности.

Творчество − выход мысли за пределы известного.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теория и методология дизайна, изложенная в данном Учебном пособии, удобно систематизирована: каждый параграф рассматривает один из основных компонентов, поэтому его легко найти по оглавлению. Это облегчает самостоятельное освоение материала студентом. «Теория и методология дизайна» позволяет студенту абстрагироваться от учебного процесса и обобщить получаемые на спецдисциплинах сведения в единую стройную теорию.

Приоритетное выделение в теории дизайна гуманистически-экологических ценностей направляет ход мыслей дизайнера на заботу о человеке и природе, уводя его от соблазна раскрутки рекламных мифов. Подробная структура качества дизайн-продукта позволяет дизайнеру основательно продумать все нюансы своего проекта, воплощая их в совершенное изделие. Подробные методические рекомендации по составлению дизайн-концепции позволяют студенту прояснить свои ценности в дипломном проекте, сократить время на интеграцию разрозненных ассоциаций и образов в единое гармоничное целое.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ

1. Методика измерения качества дизайн-продукта (костюма)

Для измерения качества дизайн-продукта необходимо каждый показатель отметить одним баллом, если он присутствует; если показатель отсутствует, необходимо поставить ноль. При этом каждое качество оценивается максимально в семь баллов. Дизайн-продукт высокого качества получает 25-35 баллов, среднего – 20-25 баллов, низкого – 0-20 баллов.

При оценке качества дизайн-продукта актуален критерий экспертного состава: новый дизайн-продукт должны оценить независимые эксперты.

2.1. Последовательность разработки дизайн-концепции для дипломного проекта

1. Записать слова-образы – ключевые слова, на основе которых будет выстраиваться художественный образ.
2. Зарисовать наброски проявляющегося образа.
3. Проанализировать источник творчества, выяснить, какие идеи послужили толчком для рождения образа, изучить их развитие в истории.
4. Выделить характерные исторические признаки.
5. Выделить характерные признаки современного модного направления, наиболее адекватные для интеграции с историческими.
6. Провести поиск и детальный анализ аналогов (аналогичных идей, моделей).
7. Выстроить и сформулировать авторскую дизайн-концепцию.
8. Спроектировать рекламный плакат как визуальную часть концепции.

2.2. Варианты подачи текста дизайн-концепции

Слова-образы, написанные шрифтом, передающим образ-стиль.
Стихотворение.
Цитата.
Художественный сюжет.
Логически выстроенная структура.

2.3. Структура дизайн-концепции

1. Контенгент потребителя (материальный уровень, социальный статус?).
2. Объект проектирования (что за изделие и для какого случая?).
3. Цель и задачи проекта (для чего необходимо сделать?).
4. Ценности и потребности потребителя.
5. Креативная идея проекта (новшество, фишка, с помощью которых презентуется личность клиента).
6. Описание художественного образа или проектируемых эмоций (с помощью каких материалов, деталей создается).
7. Опредмечивание ценностей и потребностей клиента в конкретных функциях проекта.

3. Деловые игры
3.1. «Консилиум на предприятии»

Данная игра развивает разносторонние способности, связанные с проектированием изделия при условии, что каждый из участников побывает в каждой роли хотя бы один раз. Роли:

1. Заказчик – формулирует то, что ему нужно.
2. Вдохновитель – формулирует дизайн-концепцию.
3. Художник – рекламный плакат.
4. Дизайнер – проект аналогов.
5. Инженер – конструктивно-технологическое описание модели.
6. Экономист – рассчитывает стоимость материалов и изготовления.
7. Эксперт – анализирует, критикует.
8. Менеджер – помогает продать, убедить в том, что это самое лучшее.

3.2. «Общение с клиентом»

Для начала в группе по желанию определяются роли «дизайнер» и «клиент». «Дизайнер» анализирует ценности, потребности клиента по одной из ниже представленных анкет, «клиент» отвечает. Затем такая схема проигрывается в процессе, когда студент ищет клиентов для своих проектов. На производственной практике студент-дизайнер может апробировать эту схему в реальности, предварительно отработав ее в учебном процессе.

Анкета 1. Проектирование изделия для клиента.

1. Степень сформулированности проблемы у клиента:
необходимо конкретное изделие;
необходимо создать определенное настроение клиенту;
необходимо произвести определенное впечатление на окружающих.
2. Срок эксплуатации изделия:
случай;
постоянная носка в течение сезона;
несколько лет.
3. Сезонное назначение изделия.
4. Физическая активность клиента:
динамичная;
малоактивная.
5. Атмосфера применения изделия:
деловая;
повседневная;
праздничная;
торжественная.
8. Степень соответствия изделия моде.

9. Стиль клиента.
10. Цветотип клиента.
11. Желаемый образ.
12. Необходимая степень удобства изделия.
13. Особенности телосложения клиента.
14. Настроение и система ценностей клиента.

Проведенный анализ является основой для выбора:
стиля изделия;
конструкции;
технологии;
прибавок на свободное облегание;
свойств материала.

При работе с клиентом не рекомендуется использовать данную разработку в качестве инструкции. Необходимо ее просто придерживаться.

Анкета 2. Анализ образа клиента для проектирования имиджа.

При анализе образа клиента необходимо задать следующие вопросы:
Что любит, чего не любит?
Каково преобладающее настроение и стиль общения?
Каков жизненный темп?
В ногу со временем или вразрез?
Чем занимается?
Как отдыхает?
Каковы амбиции?
Предпочитаемая цветовая гамма.
Предпочитаемая одежда и материалы.
Любимые аксессуары.

Приложение 1.

Значение цвета в дизайне

В литературе по дизайну описывается в основном психологическое воздействие цвета на реципиента. Однако в журнале «Наука и жизнь» была опубликована статья А.Фадина «Жизнь в радужном свете» – о лечебных свойствах цвета и света. Приведем наиболее интересные сведения из статьи.

Несколько тысяч лет назад древние египтяне лечили так: помещали цветные камни в сосуд с водой или соком, чтобы насытить жидкость энергией какого-либо цвета, и давали пить больному для поднятия жизненного тонуса и исцеления от недугов. Греки, римляне, индийцы, китайцы разработали сложнейшие методики оздоровления с помощью цвета и света. Среди многих дефицитов организма человека существует цветовой и световой голод. Цветовой голод может стать причиной не только плохого самочувствия, апатии, депрессии, бессонницы, но даже галлюцинаций, шизофрении. Цветовой голод сильно ощуща-

ется в северных широтах, в Англии и Санкт-Петербурге, где серая, слякотная погода.

Одним из первых, кто начал исследовать физиологическое и психологическое воздействие цвета, был немецкий поэт Гете, который тонко чувствовал человеческую душу. Вот некоторые из его наблюдений: «Синее стекло показывает предметы в печальном и холодном виде; пурпурное стекло показывает хорошо освещенный пейзаж в ужасающем свете – такой свет должен был бы охватить землю и небо в день страшного суда; зеленый свет способен успокоить и глаза и душу». Гете разработал теорию гармонии цвета, которая до сих пор актуальна. Она стала основой бесчисленных научных разработок, в том числе и в области медицины. Гете можно считать прародителем абстракционизма в живописи, потому, что именно его теорией руководствовался Василий Кандинский, когда экспериментировал с цветом. Гете определил, что по эмоциональному воздействию цветовой круг делится на две части – активную и пассивную. На этом основано действие некоторых терапевтических средств.

В начале XX в. интересное исследование провел французский ученый Ферэ. С помощью динамометра измерялась сила сжатия руки человека, затем этот же человек подвергался воздействию цветовыми лучами. Оранжевые лучи увеличивали силу сжатия руки в полтора раза, а красные – в два. При кратковременной работе производительность труда увеличивалась при красном цвете и падала при синем. При длительной работе – снижалась при синем и фиолетовом и увеличивалась при зеленом.

Другой ученый – Стефенеску-Гоанга из Румынии – установил, что от оранжевого, желтого и красного цветов учащаются и углубляются дыхание и пульс; обратные явления вызывают голубой, синий, фиолетовый и зеленый цвета.

В основе цветотерапии лежит тот факт, что организму для нормального функционирования необходимо, чтобы около 80 % всей поступающей в мозг информации приходилось на цветовое зрение. Для исцеления цветом его вовсе не обязательно видеть: он может напрямую, без посредства зрения, вмешиваться в биохимические процессы организма, потому что действует на электромагнитное поле клеток. К списку методик воздействия на рефлексные точки тела человека добавилась хромопунктура Петера Манделя. Принцип действия аппарата Манделя основан на способности света воздействовать на биофотоны (электромагнитные волны) клеток организма. Нарушенный энергетический баланс восстанавливается при воздействии на акупунктурные точки концентрированных лучей определенного цвета, т.к. лучи легко и безболезненно проникают через кожу. Аппарат Манделя напоминает фонарик со сменными цветными стержнями, расположенными перед лампочкой.

Синим светом облучают желтушных младенцев – это позволяет больше не делать им переливания крови. Синий цвет проникает через кожу и разрушает излишний билирубин, который печень ребенка переработать сама не в состоянии. С помощью синего цвета лечат бессонницу, подготавливают к боли, снижают кровяное давление. Темно-синий цвет подавляет раздражительность, голубой – успокаивает.

Цвет и вкус. Существует общепринятое деление цветов на горькие, терпкие, сладкие, кислые. Во многих кондитерских фабриках стены цехов красят в сине-зеленую гамму, чтобы устранить неприятную сладость во рту. Это снимает стресс и сокращает текучесть кадров.

Изображение золотистого пива на темно-синем фоне вызывает жажду. Абрикосовый, персиковый, коралловый, терракотовый цвета возбуждают аппетит.

Во время еды предпочтительны оранжево-красные тона.

Цвет и слух. Во время концерта мягкие мелодичные тона превращают в нашем восприятии оранжевый в желто-оранжевый цвет, а при мрачных, угрюмых звуках красный становится темно-красным. Синий и коричневый цвета ухудшают акустику, а красные стены обостряют слух, делая шумное помещение еще более шумным.

Цвет и обоняние. Цветовую ассоциацию запаха используют в парфюмерии: самым пахучим считается розовый цвет.

Цвет, размер и вес. Материалы оранжевого цвета кажутся более компактными, плотными. Предметы красного цвета кажутся длиннее и тяжелее. Черный чемодан кажется более тяжелым, чем такой же белый. В белой одежде человек кажется полнее.

Цвет и время. При красном свете время течет медленнее. При синем цвете, наоборот, кажется, что время бежит быстрее, а предметы съеживаются и становятся более легкими.

Цвет и интерьер. Желтый и желто-зеленый расширяют помещения, красно-оранжевый и зеленый сужают их. В красной комнате кажется на 4-5 градусов теплее, чем в оранжевой, а в оранжевой на 3-4 градуса теплее, чем в сине-зеленой. Переход в помещении от желтого цвета к синему успокаивает. По розовому полу ходят с опаской, по коричневому уверенно. Некоторые оттенки желтого вызывают тошноту, поэтому никогда не используются в самолетах. Стены ярко-красного цвета делают пребывание человека в помещении дискомфортным. Красный цвет легко проникает в кожу, повышает кровяное давление и частоту дыхания. Строители большого автомобильного завода в Японии покрасили стены туалетов в ярко-красный цвет, чтобы рабочие слишком долго там не задерживались. Таков же эффект, где окраска ограничивается белым, черным и серым. Желтые и желто-зеленые стены стимулируют умственную деятельность, помогают концентрировать внимание, укрепляют нервную систему, способствуют релаксации. Желтый цвет в сочетании со светло-зеленым и голубым уменьшает страх пациента на приеме у зубного врача. Оранжевые стены стимулируют аппетит и уменьшают сонливость. Оранжевый цвет снимает депрессию, чувство страха. Голубой рекомендуется в комнате детского труда. Розовый – в сварочном цехе. Синий – в пекарне. Сине-зеленые стены и пятна красного в интерьере стимулируют работоспособность. Точные работы лучше делать при зеленом свете. Фиолетовый влияет на подсознание, поэтому используется при медитациях. Ослепительно белый цвет простыней, халатов и стен в больницах могут привести человека к обмороку, поэтому сейчас в больницах используются зеленый и голубой.

Чтобы дополнить имеющуюся информацию, уместно привести утверждения М.А. Скируты и О.Ю. Комисарова:

Красный цвет психофизически наиболее активно воздействуют на человека, стимулирует его психическую деятельность, активизирует реакции, поэтому используется для кратковременной активизации деятельности; продолжительное воздействие при больших угловых размерах поля зрения вызывает сенсорное утомление и спад активности; плохо виден при слабой освещенности. Красный хорошо использовать для выделения акцентов в интерьере. Розовые тона, полученные из красного, уместны в спальне. Терракотовый и красно-бурый, бордовый создают уют.

Оранжевый цвет стимулирует нервно-мышечную деятельность, способствует психологическому контакту с окружающей средой, при большой насыщенности вызывает ощущение угрозы, поэтому применяется в качестве сигнала предупреждения.

Желтый цвет ассоциируется с солнечным светом, действует возбуждающе, способствует впечатлению уюта и чистоты помещения, стимулирует внимание, обеспечивает психологический контакт с окружающей средой. Светло-желтый хорошо подходит для затемненных помещений и коридоров. Слишком интенсивный желтый цвет утомляет глаза; в соединении с черным цветом используется в сигнальной окраске для обеспечения безопасносноти движения.

Зеленый – цвет травы, деревьев – благоприятно действует на зрение, снижает нервную усталость, способствует бодрому настроению, стимулирует деятельность. Светло-зеленый способствует релаксации и душевному равновесию.

Голубой цвет ассоциируется с небом и водой, снижает возбуждение, успокаивает.

Синий цвет психологически вызывает ощущение спокойствия, создает благоприятную обстановку для умственной деятельности, снижает ощущение умственного утомления.

Фиолетовый и желто-зеленый цвета снижают напряжение; рекомендуются для помещений, где по характеру деятельности требуются тонкое восприятие и наблюдательность.

Белый цвет ассоциируется с чистотой, стимулирует поддержание порядка. Если в белую краску добавить каплю другого цвета, то белый уже не будет казаться таким холодным и стерильным. Светлые стены делают помещение просторным, акцентируют мебель.

Темные цвета, в том числе черный, вызывают пессимистическое настроение, чувство угнетения, тяжести, снижают эффективность освещения; черный цвет весьма подходящий для создания контрастов; предметы, окрашенные в черный цвет, кажутся более тяжелыми.

Приложение 2.

Ценности и потребности различных категорий людей

Дизайнеру необходимо понимать, какой общности людей он адресует свою продукцию. Это понимание принесет максимальную пользу от вещей, которые человек надевает на себя и носит с собой. Точное понимание, для какой катего-

рии адресуется вещь – главный критерий проектирования одежды. Следующие критерии – это пол, возраст человека, условия его работы.

2.1. Ценности и потребности людей в зависимости от классовой принадлежности

Ричард Флорида в книге «Креативный класс» делит человеческие общности на три класса: экономический, креативный и обслуживающий. Класс – это совокупность людей, обладающих общими интересами и склонных думать, чувствовать и вести себя сходно, однако эти черты в корне определяются экономической функцией людей, тем видом работы, который обеспечивает им средства к существованию.

Характеристика класса	Базовые ценности	Критерии выбора
Экономический класс – те, кто участвует в создании и движении капитала.	Материальный успех Социальный статус Карьера, достижения	Престижность Стильность Высокое качество
Креативный класс – те, кто создает новые идеи, продукты, технологии, новое креативное содержание.	Собственное развитие Интересная работа Свобода выбора	Новизна Оригинальность Концептуальность
Обслуживающий класс – те, кто обеспечивает поддержку создания экономических и креативных ценностей.	Стабильная работа Достойная оплата Хороший отдых	Умеренные цены Привычные вещи Удобные вещи

2.2. Ценности и потребности тибетского ламы (из книги Лобсанга Рампы): аскетическая, альтруистическая концепция жизни

В этом приложении приведены отрывки из книги тибетского ламы Лобсанга Рампы. Они приводятся как пример жизни высокого духовного уровня. Здесь иллюстрируются ценности и потребности тибетского ламы для сравнения с ценностями и потребностями людей других культурных миров.

Каждое утро тибетского ламы начинается с повторения Законов Срединного Пути (земного существования).

1. Свято верь руководителям монастыря и страны.
2. Исполняй религиозные обязанности и учись прилежно.
3. Почитай родителей.
4. Уважай добродетельных.
5. Почитай старших и благородных по рождению.
6. Служи родине.
7. Будь честным и достойным доверия во всем.
8. Заботься о друзьях и родных.

9. Используй пищу и богатство наилучшим образом.
10. Следуй примеру хороших друзей.
11. Будь признателен за добро и плати добром же.
12. Соблюдай меру во всем.
13. Гони от себя прочь ревность и зависть.
14. Воздерживайся от злословия и скандалов.
15. Будь мягок в словах и действиях, никому не причиняй зла.
16. Переноси страдания и лишения с терпением и достоинством.

Тренировка по дзюдо начинается с чтения наизусть Кодекса поведения буддиста.

1. Правильная мысль – это мысль, свободная от заблуждения и самокопания.
2. Правильное устремление – это устремление, исполненное возвышенных помыслов и честных намерений.
3. Правильное слово – это слово, выражающее доброту, уважение, правду.
4. Правильное поведение – это поведение, присущее миролюбивому и неэгоистичному человеку.
5. Правильная жизнь – жизнь человека, не совершающего зла против других людей или животных, признающего за животными права живых существ.
6. Правильное усилие – это самоконтроль и постоянное самосовершенствование.
7. Правильная полнота сознания – это правильные мысли и стремление к правильным поступкам.
8. Правильный восторг – это восторг, вызванный медитацией о реальности жизни и сверх-Я.

Если кто-то нарушал эти правила, он должен был ложиться лицом вниз поперек главного входа в храм, чтобы все входящие туда переступали через его тело. Он должен был лежать без движения с утра до вечера, ему не давали ни есть, ни пить. Такое наказание считалось большим позором.

Еда монахов – это тсампа и чай с маслом яка на завтрак, обед и ужин в течение всей жизни. Тсампа состоит из жареной ячменной муки, а чай – из тибетских высокогорных трав. Одежда – суконная накидка с поясом и суконные сапоги. В Тибете золото относят не к драгоценным металлам а к священным. По религиозным тибетским убеждениям добыча золота из шахт машинами считается надругательством над Землей. Тибетская традиционная добыча для священных целей (украшение храмов, статуй, мумий) сводится к сбору крупных самородков, вынесенных природой из недр земли и сбору золотого песка в речках. Наша страна могла бы оказаться источником богатства и блага для всего мира, если бы человечество объединило свои усилия для совместной мирной работы, а не стремилось к иллюзорным завоеваниям с помощью силы. Мы хотим одного: оставаться сами по себе, жить своей жизнью, иметь свои законы, развиваться и совершенствоваться. Запад одержим идеей денег, золота.

В Тибете самосовершенствование человека может идти по двум направлениям: совершенствование в миру и совершенствование отрешением от мира. Выбирающие второй путь удаляются в монастыри, где живут в обителях отшельников, представляющих собой маленькие камеры, выдолбленные в склоне горы. Толстые каменные стены такого жилища, достигающие 2-х метров и более, защищают от проникновения всякого шума. Когда отшельник принимает решение полностью удалиться от людей, вход в его пещеру замуровывают. В этом пустом каменном мешке он живет в полном одиночестве без света, мебели, без всего. Один раз в сутки он получает пищу через специальный лаз. Первое такое затворничество длится три года, три месяца и три дня. В течение этого времени отшельник размышляет о смысле жизни и назначении человека в ней. Ни под каким предлогом его физическая оболочка – тело – не может оставить эту камеру. За месяц до истечения срока добровольного заключения в крыше просверливается тончайшее отверстие, через которое в камеру проникает слабый луч света. Его постепенно расширяют, чтобы глаза отшельника могли привыкнуть к дневному свету, иначе он просто ослепнет. Часто такие отшельники, пробыв в миру несколько недель, снова принимают затворничество, но уже до конца дней своих. Подобная жизнь вовсе не бесцветна и не бесполезна, как может показаться на первый взгляд. Человек – это дух, существо другого мира, и, однажды, сбросив путы телесной плоти, он устремляется ввысь и облетает Вселенную, где может оказаться полезным опосредованно – через свои мысли. Мысли – это волны энергии. Материя – это сконцентрированная энергия. Точно направленная и частично сконденсированная мысль может передвигать предметы и телепатически передаваться.

Может показаться, что Тибет, в котором нет стекол и колеса, – чудная и отсталая страна. Но наш народ нисколько не чувствует себя несчастным из-за этого. Колесо служит скорости, то есть цивилизации. Мы давно поняли, что деловая жизнь столь стремительна, что не оставляет никакого времени на познание духа. Наш физический мир развивался медленно, но наши эзотерические познания – познания о тайном и скрытом – выше других. Тысячелетиями мы проникали в тайны ясновидения, телепатии и других областей метафизики. В этих силах нет ничего сверхестественного, они являются прямым результатом использования законов природы.

Для новорожденного появление на свет означает конец жизни в утробе матери. Для души физическая смерть означает рождение в духовном, более свободном мире. Пока человек спит и душа его связана с телом серебряной нитью, она в состоянии освободиться и облететь весь мир. После смерти серебряная нить обрывается.

2.3. Иерархия потребностей человека по Маслоу:
позиция представителя западной культуры

Психолог Маслоу разработал иерархию (пирамиду – авт.) **потребностей**. Целесообразно привести ее как наиболее удачную при работе над дизайн-

концепцией. Она четко определяет уровень потребностей, на который может ориентироваться дизайнер при разработке нового изделия. Первый пункт – это высшая потребность, последний пункт – это низшая потребность

1. Потребности в самоактуализации: реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности.
2. Эстетические потребности: стремление к гармонии, порядку, красоте.
3. Познавательные потребности: знать, уметь, понимать, исследовать.
4. Потребности в уважении: компетентность, достижение успеха, одобрение, признание, авторитет.
5. Потребности в принадлежности и любви: принадлежать к общности, находиться рядом с людьми, быть признанным и понятым.
6. Потребности в безопасности: чувствовать себя защищенным, избавиться от страхов и неудач, агрессивности.
7. Физиологические потребности: голод, жажда, половое влечение.

На наш взгляд в этой иерархии не достает наивысшего уровня – альтруистических потребностей. Такое упущение - особенность западной культуры, несмотря на то, что Маслоу – один из ярких представителей гуманистической психологии.

Приложение 4.

Социальные факторы развития моды

Импульсом для написания данной статьи послужил анализ направлений моды на 2007 г., полученная от Александра Васильева – историка моды – на семинаре, проходившем в Хабаровске в октябре 2006 г. А. Васильев обратил внимание слушателей на те факторы, которые развивают моду в мире и у нас в стране, выделил влияние политических и культурных событий, особенности менталитета людей. На основании переработки этой информации и собственных наблюдений можно выделить следующие факторы развития моды:

демографический фактор;
политический фактор;
фактор сексуальной идентификации;
фактор национального менталитета;
фактор социального статуса.

Демографический фактор. Большое влияние на развитие моды оказывает соотношение мужчин и женщин в обществе. У нас в стране женщин больше, поэтому вполне оправданно их стремление украшать и наряжать себя, чтобы привлечь внимание именно к себе. Чтобы выдержать конкуренцию в борьбе за мужчину женщинам приходится много времени уделять моделированию своего внешнего вида. К тому же женщины понимают: чем более индивидуально они будут выглядеть, тем больше у них шансов.

В Америке и Европе, где соотношение мужчин и женщин примерно равно, в моде унисекс; женщины практически не пользуются косметикой, предпочитают безликую одежду, ходят в основном в джинсах и футболках.

Политический фактор. Велико влияние на развитие моды общественных, культурных и политических явлений – войн и потрясений, широкомасштабных явлений типа «движения зеленых». Благодаря серьезным разработкам специалистов в области проектирования военной одежды появился стиль милитари; в целях сохранения природы производится одежда из искусственного меха, на синтепоне и пуху; популярность политического лидера Юлии Тимошенко спровоцировала моду на восточно-европейский фольклор. Событийный ряд бесконечен, многообразны и направления развития моды.

Фактор национального менталитета. Близость восточных стран: (Китая, Японии, Казахстана) возбуждает интерес к их многогранной культуре. Богатство витиеватых орнаментов, колоритные фигурки диковинных животных, цветущие экзотические сакура, лотосы, хризантемы, яркие национальные одежды, большое количество украшений, сувениров поражают воображение, завораживают. Изощренная эстетика Востока оставляет глубокий яркий след в душе россиян и влияет на их менталитет. Преобладание на российском рынке дешевой, но богато украшенной вышивками и отделками китайской одежды активно формирует моду.

Фактор социального статуса. Появление в России значительного количества богатых людей двигает и развивает моду «Haute couture», поэтому направление декорированной оригинальной дизайнерской одежды в настоящее время приобретает силу. С другой стороны, прогресс и ускоренный темп жизни, а также небольшой материальный достаток основной части населения способствуют развитию идей лаконичности, минимализма, комфорта в моде, поэтому всегда будут востребованы классические вещи, джинсы, спортивная и трикотажная одежда из удобных и растяжимых материалов, не требующих сложного ухода.

Фактор сексуальной идентификации. На моду существенный отпечаток накладывает степень сексуальной идентификации. Стремление женщин привлечь внимание и казаться более женственными развивает в моде направление «помпадур»: кружева, бантики, прозрачные материалы, перья и опушки призваны сделать женщину привлекательной, желанной. Параллельно развивается направление «унисекс». В женской одежде оно обусловлено разочарованием и отречением женщин от мужского пола, ими востребованы брючные деловые, джинсовые и спортивные костюмы. В мужской одежде унисекс обусловлен стремлением мужчин раскрыть достоинства своей фигуры обтягивающими майками, футболками, джинсами.

Таким образом, мы видим, что мода – явление социальное и развивается вместе с обществом. Именно общество в разные времена на разных этапах развития предъявляло моде свои требования. А человек как существо социальное, с одной стороны, вынужден подчиняться законам своего времени и адаптироваться в обществе посредством модной одежды «как у всех». С другой стороны интенсивно развивающееся общество формирует человека с креативными спо-

собностями, способного выделиться из массы и внутренне, и внешне. Поэтому дизайнеры все чаще говорят не о модном человеке, а о стильном – он вне времени и моды. Сами же дизайнеры не диктуют моду, а лишь предлагают идеи, а общество, в свою очередь принимает некоторые из них и тиражирует наиболее адекватные своему мировоззрению и потребностям.

Приложение 5.

Стили в дизайне костюма

До XX в. стили в истории человечества сменяли друг друга. В середине XX в. стали параллельно развиваться 4 стиля – классический, романтический, спортивный, фольклорный. В конце XX в. каждый стиль стал разбиваться на ответвления тоже параллельно существующие, которые стали называться микростилями. Классический разделился на деловой, шанель, классическо-романтический, спортивный – на «милитари», «сафари», джинсовый, фольклорный – на этнический, «кантри», японский и т.д., романтический – на гламурный, нео-барокко.

Первые стили, романский и готический, существовали на протяжении нескольких веков, ренессанс, барокко и рококо – на протяжении одного века. В XIX в. можно различить уже 5 стилей – ампир, бидермайер, второе рококо, позитивизм, модерн. Мимолетно после бидермайера возник романтизм как проявление свободной, небрежной манеры одеваться. В 50-х г.г. XX в. возникли 4 основных стиля, которые стали параллельно стремительно развиваться, образуя разветвления, которые уживаются и живут по 2-3 года. Все это говорит о том, что увеличилась скорость жизни и смена новых форм костюма. При этом каждый человек выбирает не только стиль, но и форму, конструкцию, декоративную отделку, материал в зависимости от рода своей деятельности и своих представлений о красоте и комфорте.

Ниже представлена классификация стилей по Г.Г. Ольшанской, бывшему доценту кафедры дизайна АмГУ.

Классический стиль.

Его формирование началось еще в конце XVIII в.. Так как родиной этого стиля является Англия (признаки именно английского мужского костюма характерны для данного стиля), его еще называют «английским».

Одежда классического стиля наиболее распространена и является базовой, универсальной в гардеробе взрослого человека. Классическая одежда изготавливается из добротных, качественных, плотных материалов, Г.Г. таких как натуральная шерсть, лен, смесовые ткани (состоящие из натуральных и искусственных волокон), а также искусственные ткани, хорошо имитирующие натуральные.

Классический стиль отличается прежде всего сдержанной простотой, прекрасным точным кроем, приемы которого отработаны в течение десятилетий, сдержанным, деликатным цветовым решением. Классическая одежда выглядит строго и умеренно. Она привлекает к себе внимание не яркостью и оригинальностью, а высоким качеством исполнения.

Изделия, выполненные в классическом стиле, имеют довольно продолжительный цикл и не теряют актуальности, т. е. не выходят из моды в течение нескольких сезонов. Кроме того, они хорошо комплектуются с одеждой других стилей, что способствует их многовариантности, а это важно при составлении гардероба.

Типичными представителями классического стиля являются костюмы, которые могут состоять из жакетов, пиджаков, кардиганов, спенсеров, дополненных брюками мужского типа или строгими юбками. В классическом костюме уместен жилет, который может быть более ярким и декоративным, чем остальные элементы костюма. Блузы для таких костюмов напоминают мужскую сорочку.

Наиболее характерные аксессуары, дополняющие классический костюм, – это галстуки, шарфы, шляпы и «мужская» бижутерия (запонки, булавки для галстуков и т. п.).

Подобная одежда предполагает сдержанную манеру поведения своего носителя, способствует созданию деловой обстановки, поэтому она обычно используется как деловая или торжественная. Очевидно, что классический стиль более всего подходит для людей зрелого возраста.

Синонимы классического стиля – английский, стиль-классицизм, элегантный.

Отличительные признаки классического стиля – строгость и простота в линиях, лаконичный крой, добротность и высокое качество используемых материалов, функциональность, соответствие фигуре, комфортность и элегантность, сохранение естественных пропорций.

Силуэт – прямой, полуприлегающий, прилегающий.

Объем – умеренный.

Покрой рукава – втачной, реже реглан.

Характерные детали – воротник с лацканами, чаще пиджачного типа; карманы в рамку, с листочкой, с клапаном; застежка одно- или двубортная.

Фурнитура – строгая в цвет основной или отделочной ткани, иногда в цвет золота или серебра.

Отделка – строчка, кант.

Длина изделия – «шанель», миди, макси.

Виды одежды:

для женских изделий – жакет в сочетании с юбкой; жакет с блузой и юбкой; жакет с брюками; костюм-тройка (жакет с жилетом и юбкой или жакет в сочетании с жилетом и брюками); платье с жакетом; платье-жилет, пальто, плащ;

для мужских изделий – фрак или пиджак в сочетании с брюками строгого покроя; костюмы-тройки; фетровая шляпа, плащ, пальто.

К классической женской обуви относят сапоги на умеренном каблуке (тонкий каблук), полусапожки, туфли-лодочка.

Цветовое решение – черный, темные тона (синий, коричневый, серый, бордо и т.д.) или пастельная гамма. Используются гармоничные сочетания не бо-

лее трех цветов – родственные, родственно-контрастные, монохромные. Контраст допускается при отсутствии насыщенности.

Ткани – однотонные: шерсть, полушерсть, плотный трикотаж или ткани с эластичными волокнами, креп, габардин, шелк, крепдешин.

Дополнения к костюму – шляпа, берет, косынка, шарф на шее, галстук, сумка круглой, овальной или прямоугольной формы, ювелирные украшения из серебра, золота, натуральных камней (цепочки, броши, серьги, браслеты, кольца). Все аксессуары должны сочетаться между собой.

Классический стиль подходит для официальной обстановки, делового общения (презентации, собрания, деловые встречи, визиты, переговоры, симпозиумы). Это стиль людей интеллектуального труда – служащих различных учреждений, политических деятелей, руководителей, менеджеров, секретарей, педагогов, юристов и т.д.

Спортивный стиль.

Наиболее популярен в современном гардеробе спортивный стиль. Он, как и классический, начал свое формирование еще в конце XIX в., когда впервые появилась специальная одежда для занятий спортом и подвижными играми. Говоря об одежде в спортивном стиле, не следует путать ее со специальными тренировочными костюмами, предназначенными для занятий различными видами спорта; в данном случае речь идет о бытовой одежде.

Главное требование к спортивной одежде – обеспечить комфорт и удобство активных движений. Это требование определило и форму костюма, которая развивается в двух направлениях – объемная, свободная и обтягивающая фигуру, если одежда изготовлена из эластичных, легко растяжимых материалов.

Ткани, используемые при производстве спортивной одежды, как правило, отличаются хорошими гигиеническими свойствами – они гигроскопичны, водо- и воздухопроницаемы, гипоаллергенны. Кроме того, к ним предъявляются требования высокой прочности и долговечности. Обычно их изготавливают из натуральных и смесовых волокон: хлопчатобумажных, льняных, шерстяных, реже шелковых. Цветовая палитра отличается яркостью, контрастностью, активностью.

Внешний облик одежды спортивного стиля во многом определяется ее функциональным назначением. Из соображений удобства в подобных костюмах всегда присутствует множество функциональных деталей – карманов, клапанов, погончиков, патов, шлевок, поясов и др.

Характерно также активное использование фурнитуры: металлических кнопок и пуговиц, заклепок и блочек, застежек-молний и т. д. Часто спортивная одежда украшается вышитыми или набивными фирменными знаками и символами, стежкой, декоративной строчкой.

Спортивный стиль в современной моде содержит множество направлений, так называемых микростилей. Наиболее устойчивыми и популярными из них являются униформа и сафари.

Микростили**,** относящиеся к спортивному стилю:

Униформа – городская одежда, выполненная по мотивам рабочей спецодежды, т. е. различные комбинезоны, платья-фартуки, куртки, жилеты и др.;

«Сафари» – бытовая одежда, напоминающая костюм охотников на львов в Африке и характерная своим цветовым решением (основными цветами такой одежды являются натуральные «земляные» цвета – охра, бежевый, приглушенные оттенки зеленого, коричневый, серый и т.п.);

Военизированный (милитари) – одежда с элементами, взятыми из форменных военных костюмов, – гимнастерок, мундиров, кителей и т. д., с большим количеством элементов военной одежды из ткани «комуфляж».

Джинсовый, или «деним», – самый популярный из спортивных стилей, ставший настоящей униформой второй половины XX в., особенно в гардеробе молодых людей. Из джинсовой ткани шьют брюки, куртки, платья, блузки, рубашки, юбки, головные уборы, сумки, обувь, плащи. Особенность джинсового стиля – рациональность, спортивность, обилие карманов, молний, отделочных строчек, заклепок. С развитием текстильной промышленности на рынке появился деним различных расцветок и со всевозможными отделками.

Морской стиль – один из старейших микростилей, появившийся в конце XIX в.. Характерные его черты – широкие расклешенные брюки, футболки и майки в полоску, юбки в складку, просторные блузы или жакеты с матросским воротником. В качестве отделки используются канты, тесьма, эмблемы. Обязательные цвета – белый, синий, красный.

В последнее время в моду вошла бытовая одежда, напоминающая тренировочные костюмы спортсменов, – лосины, велосипедки, боди и комбидрессы и т. п.

Сколь разнообразны варианты спортивной одежды, столь же широка и область ее применения. Такая одежда прекрасно подходит для различных ситуаций повседневной жизни. Она уместна для определенных видов работы, активного отдыха, занятий спортом и др.

Романтический стиль.

Определить признаки, по которым мы узнаем одежду классического и спортивного стилей, достаточно просто, чего нельзя сказать о стиле романтическом, который имеет столько различных проявлений, что его еще называют фантазийным. Романтический стиль более всего тяготеет к историческому костюму и часто заимствует у него форму, покрой, декоративную отделку, образность.

Одежда романтического стиля очень разнообразна по форме. Она может иметь маленький объем, плотно прилегая к фигуре, а может быть объемной; может мягко свисать, струиться вдоль тела, а может иметь пышные формы, которые поддерживаются при помощи каркасов. Разнообразны также ткани и материалы, которые используются при изготовлении романтических платьев и костюмов. Для романтического стиля характерны и легкие, воздушные, обладающие мягкой пластикой ткани, – такие как натуральный шелк или вискоза; и жесткие формообразующие, создающие объемные формы материалы – парча, органза, капрон и многие другие синтетические ткани.

Нельзя односложно определить и цветовое решение романтических костюмов. Здесь уместны и пастельные, нежные, слабонасыщенные цвета, и яркие,

насыщенные, активные. Очень характерно для романтического стиля использование тканей с цветочным рисунком или рисунком в горошек.

Однако, несмотря на многочисленность вариантов проявления романтического стиля, существует одно объединяющее начало – подчеркнутая женственность подобной одежды. Эта одежда подходит для вечера, отдыха, кафе, театра, выставки, коктейлей, банкетов и других развлечений. В романтическом стиле исполнены свадебные платья и платья для выпускного бала. Для повседневной одежды романтический стиль возможно использовать для администраторов, консультантов, менеджеров и представителей сферы обслуживания, например, романтические блузы с жилетами.

Силуэт – прилегающий, форма – вытянутый прямоугольник или Х-образная форма. Линии силуэта легкие, мягкие, плавные.

Объемы могут быть различными. Характерно сочетание малых и больших объемов, например, приталенный лиф и пышная юбка, объем, созданный драпировкой и открытые части тела.

Важными элементами одежды в романтическом стиле являются драпировки, подрезы, разрезы, декольте. Драпировки могут располагаться на груди, идти от талии, по низу изделия, быть симметричными или асимметричными, могут сочетаться с отделкой брошью, искусственными цветами, декоративными пуговицами.

Детали – жабо, кружево, рюши, воланы, вуали, плиссе, вышивка.

В этом стиле тело смело открывается, а если оно закрыто, очертания фигуры подчеркиваются облегающим шелковистым материалом.

Рукава – втачные: объемные и широкие со сборкой по окату, гладкие и плотно облегающие руку, рукава типа «колокол»; цельнокроеные или вовсе без рукава. Оформление нижней части рукава – рюши, манжеты, кружева.

Длина – самая разнообразная, исключающая ярко выраженные линии. Если длина макси, должны быть открыты плечи.

Виды одежды: для женщин – платья, блузы, юбки, реже жакеты, плащи, пальто, в мужской одежде – сорочки с пышными рукавами и отделкой в виде вышивки, складок, рюш, воланов; жилеты из фактурного материала; шейные платки, завязанные бантом.

Ткани – шелк, шифон, тонкая шерсть, бархат, трикотаж, парча, кружево, атлас, тафта, ткани с эффектом блеска, с рисунком и без него. Цвета тканей – нежных, изысканных тонов и полутонов, мягкие сочетания. Если ткань однотонная, возможны ахроматические цвета (черный, серый, белый) и любые хроматические цвета без кричащих нот. Если ткань в рисунок, возможны горошек, фантазийный и растительные рисунки.

Обувь – туфли-лодочки на высоком каблуке с отделкой пряжками, бантами, стразами.

Дополнения – шляпы изысканных форм с бантами, цветами, вуалями, шарфы, перчатки, искусственные цветы.

Ювелирные украшения – броши, серьги, подвески, браслеты, перстни из серебра, мельхиора, золота с прозрачными и полупрозрачными камнями, изысканные и изящные.

Меховые изделия – меховые шарфы, палантины, накидки, пелерины, горжетки.

Этностиль.

Его еще принято называть этническим. Современная одежда, относящаяся к фольклорному стилю, выполнена в духе национальных костюмов разных народов и эпох и заимствует у них свои основные черты: простоту и рациональность кроя, удобство и функциональность формы, многослойность, повышенную декоративность,

Костюм в этническом стиле предполагает использование традиционных для народной одежды аксессуаров – яркой бижутерии, шарфов и платков, поясов, разнообразных головных уборов и обуви, вязаных чулочно-носочных изделий.

Одежда фольклорного стиля обычно отличается удобством, в ней человек чувствует себя раскованно, комфортно, свободно. Она подразумевает близость к природе, которой так не хватает современному городскому жителю. Эти качества определяют ее использование в непринужденной обстановке отдыха на даче, морском курорте, зимней горной турбазе и т. п.

Силуэты – прямой, трапеция, овал.

Объемы – умеренные.

Покрой рукава – любой, часто в народной традиции.

Виды одежды – сарафаны, юбки в сборку с оборками или воланами, блузы, жилеты, свитера, куртки, пальто, полушубки, шарфы, головные уборы.

Покрой одежды фольклорного стиля – это стилизованный крой исторического национального костюма, построенного на простоте и удобстве.

Азиатский стиль прослеживается в орнаменте ткани, затейливом жаккардовом рисунке, специфическом крое, в форме застежек в духе китайских традиций.

«Кантри» – образы одежды европейских переселенцев, появившихся на американском Западе в конце XIX – начале XX в.в. Цвета коричневые, серые, бежевые, охристые. Сочетание непритязательности с романтикой сельской жизни и природы в целом.

«Шотландский стиль» – юбки-килт (в складку), жилеты, блузы, накидки, использование тканей в клетку или крупную лапку.

Ткани – близки к используемыми народными традициями.

Оформление – вышивка, аппликация, тесьма, кант, рулик, макроме, атласные ленты, ручной работы кружева.

Цвета – традиционные цвета национальных костюмов.

Украшения – из дерева, керамики, натуральных поделочных камней, бисера, ракушек и других природных материалов.

Рекомендации к использованию – используют в повседневной жизни в одежде для отдыха и летнего сезона. Блузы в фольклорном стиле могут служить дополнением к деловому костюму.

Костюм в народном стиле воспринимается как художественное произведение.

Фольклорная одежда особенно любима молодежью. Этнический стиль стал утверждаться в современной моде с самого начала XX в., когда появился всеобщий интерес к народной национальной культуре, а вместе с ним и понимание, что народное искусство нужно изучать, сохранять, помещая его лучшие

образцы в музеи. Особенно популярным фольклорный стиль стал в начале 60-х г.г. благодаря хиппи, которые охотно вводили в свою одежду элементы национальных костюмов. С тех пор этот стиль уже не сдавал своей лидирующей позиции в моде.

В различные времена модельеры обращались к традиционным костюмам разных регионов мира: это и русский костюм, и костюм американских индейцев, и одежда народов Крайнего Севера, буддийского Востока, Северной Африки и т. п.

Степень близости современного костюма к своему первоисточнику выбирает сам модельер. Однако важно помнить, что современная одежда, выполненная в этническом стиле, ни в коем случае не должна превращаться в копию народного костюма. Чем тоньше и деликатнее ассоциативная связь с источником творчества, тем совершеннее и гармоничнее может стать костюм, созданный современным модельером.

Современной моде известны следующие микростили: «Шанель», деловой, авангардный, фантазийный, бодифешен, пуризм, «ретро», диско и др.

Стиль Шанель.

Появился в начале XX в. Основательница его – французский дизайнер Габриэль Шанель. Стиль Шанель называют «второй классикой».

Характеристики одежды в стиле Шанель – элегантность, женственность, нарядность, чувство меры, изящество.

Силуэт – прямой, прилегающий, геометрический вид формы – прямоугольный.

Объем – умеренный (чуть больше или такой же как в классическом).

Покрой рукава – втачной средней ширины.

Детали – небольшой воротник или его отсутствие, карманы с клапаном, застежка центральная однобортная на обметанные или навесные петли и пуговицы, реже двубортная.

Отделка – шнур, кант, тесьма, крупные декоративные пуговицы.

Ткани – натуральные или синтетические типа джерси, твида (однотонные или в клетку), букле. Материал может быть не дорогим, но тщательно отделанным.

Пропорции – естественные.

Длина изделия – чуть закрытое колено (длина Шанель), встречаются миди, макси.

Виды одежды – жакет в сочетании с юбкой, жакет с юбкой и блузой, жакет с брюками, платье с жакетом, легкое пальто с юбкой и блузой. Жакеты с упрощенной застежкой спереди, однобортные или без застежки. Юбка прямая или слегка расширенная к низу, возможно с запахом.

Цвет – любой, преобладание пастельных тонов, если ткань в клетку, – гармоничное сочетание 3-4 тонов с ахроматическими тонами.

Декор – кайма (золотая, серебряная, шерстяная, кружевная, шнур, кант отделочного цвета). Кайма настрачивается по горловине (если нет воротника), по воротнику, борту, клапанам, низу жакета, низу рукава.

Пуговицы – золотые, серебряные, обтяжные из отделочной ткани, их пришивают по борту, на карманах, на шлицах рукава (чаще по 3 шт.).

Блузку может дополнять бант, галстук, красивая булавка.

В костюме используются цепочки, брелки, пояса.

Главное в стиле Шанель – пропорции и гармония. Отделка не должна перегружать костюм.

Дополнения – стрижка типа «каре», шляпы, сумки трапециевидной, прямоугольной, полукруглой формы, бижутерия в виде золотых или серебряных цепочек, искусственный жемчуг. Бусы и цепочки длинные, крупные, в несколько ярусов.

Обувь – достаточно простой утонченной формы на не очень высоком каблуке. Отделкой могут служить тонкие и широкие ремешки, пряжки правильной формы.

Стиль Шанель создает рациональный и элегантный гардероб, подходит для любого возраста. Этот стиль подходит для представителей тех же специальностей, что и основной классический стиль, так как подчеркивает женственность и деловитость.

Деловой стиль.

Близок к классическому, но с чертами спортивного стиля, от которого деловому стилю досталась форма более свободная, чем в классике, детали – отделка, застежки на молнии и кнопках, рукав-реглан, от классики – строгость и элегантность. Деловой стиль – смесь элегантности и удобства.

Силуэт – полуприлегающий, прямой, трапеция. Геометрический вид формы – прямоугольник, трапеция, треугольник.

Покрой рукава – втачной, реглан, цельнокроеный (полумягкой и мягкой формы).

Детали – воротник или его отсутствие, застежка центральная или смещенная одно- или двубортная на пуговицы, молнии или кнопки, карманы прорезные (в рамку, с листочкой, с клапаном), в шве, накладные.

Отделка – отстрочка в цвет ткани.

Ткани – самые разнообразные, от натуральных до синтетических. Предпочтительны твиды и традиционные ткани для мужского костюма.

Пропорции и объемы – несколько большие, чем в классике.

Длина – от умеренного «мини» до «макси».

Виды одежды.

Для женщин – жакет с брюками, жакет с юбкой, сюртук (удлиненный жакет до коленей узкого кроя) с брюками, сюртук с платьем, кардиган (прямой удлиненный жакет без воротника и лацканов с круглым или V-образным вырезом) с брюками, кардиган с платьем, жакет с юбкой, пуловером или водолазкой или блузой-туникой. Юбки прямые и расширенные. Брюки любой формы.

Для мужчин – пиджак с брюками и сорочка, пиджак с брюками и пуловер, сюртук с брюками и сорочка. Пиджаки и жакеты упрощены в крое – ближе к куртке.

Воротники – классические, стояче-отложные или стойки.

Цветовая гамма – темно-синий, темно-серый, коричневый, черный, сине-зеленый, бежевый, светло-серый, пастельные тона. Расцветки однотонные, возможны варианты в неяркую полоску, клетку. Цветовая гамма для блузы выдерживается в пастельных тонах.

Дополнения – сумки классического среднего размера, кейс-атташе, портфели коричневого, черного, серого цветов.

Обувь – удобная, устойчивая, без вычурных украшений на каблуке высотой 3-5 см ахроматической или коричневой гаммы.

Авангардный стиль.

Это нечто крайнее в моде, поражающее своей необычностью и опережающее время. В авангардном стиле нет никаких ограничений. Он не рассчитан на массовую носку.

Основные черты – экстравагантность, экзотичность, броскость, новизна, преувеличение, эпотаж. Здесь возможны смелые сочетания цветов, материалов, необычные элементы, нетрадиционные виды одежды, нетрадиционная манера ношения.

Силуэт – любой, возможны новые формы и силуэты, трансформации, видоизменения форм, необычные членения формы. В основе авангардных решений часто лежит асимметрия, которая проявляется в расположении деталей, крое, орнаменте. Авангард может строиться на весьма причудливых природных и фантазийных формах.

Виды одежды – любые.

Материалы – проволока, бумага, картон, пленка, кожа, солома и т.д., а также необычные ткани с металлизированными нитями, из стекловолокна и т.д. и любые другие материалы.

Цветовое решение – черный, красный, белый, люминесцентные и кислотные цвета, не повторяющие естественных красок природы. Цветовое решение зависит от темы, например, космос: стальные, мерцающие, блестящие. Экологическая тема ведет к использованию более природных, естественных цветов.

Дополнения – необычных форм, размеров и материалов.

Авангардный стиль подходит неординарным личностям из мира моды, рекламы, шоу-бизнеса.

Фантазийный стиль.

В его основе – образы фантазии. Фантазийный стиль отличается от авангардного тем, что не является выражением моды сегодняшнего дня. В его основе – фантастические образы прошлого и видение будущего. Этот стиль широко используется на сцене или на экранах в фантастических фильмах и фильмах ужасов, но может использоваться в повседневной жизни, – например, одежда современных молодежных кланов и группировок, объединяющих фанатов определенного музыкального направления (панки, рокеры и т.д.).

Основные черты – смелость, сказочность, нереальность, сюрреалистичность. Изделия в этом стиле относятся к виду прикладного искусства.

Силуэты – самые разнообразные.

Материалы – любые, применяются необычные отделки.

Фантазийный стиль – это стиль, приемлемый в игровых ситуациях или сценических действиях, а также на подиумах для показа моделей.

Бодифэшен.

Бодифэшен – мода, связанная с телом (эротичная мода). Супер «мини» юбки, супероблегающие платья, разрезы, прозрачные ткани, выдающие обнаженное тело. Создание эффекта обнаженности. Стиль зародился в Америке. Начало дало появление материалов с лайкрой. Телевидение и кино способствовали пропаганде культа тела. Появилась одежда с умопомрачительными декольте, создавался эффект разорванных швов, сквозь которые видно тело. Модельеры, работающие в этом стиле, хотят не одеть женщину, а раздеть.

Пуризм.

Пуризм (минимализм) – мода конца XX и начала XXI в.в.. Простота и лаконичность в крое, строгость форм. Минималистические модели имеют целью подчеркнуть индивидуальность человека. Достигается это за счет применения высококачественных тканей и превосходного кроя с учетом всех особенностей фигуры.

Силуэты – прямой, полуприлегающий, дельтаобразный, овальный, умеренный по объему.

Длина – платья, юбки, брюки длиной до щиколотки, жакеты – до бедер.

Минимум декоративных деталей.

Аксессуары – строго по модели: дополнения из кожи, металла, пуговицы в цвет материала.

Все модели удобны и утилитарны.

Ткани – букле, тонкое джерси, трикотаж в резинку, любые ткани с нежным ворсом, натуральные ткани, ткани с эффектом креш.

Стиль «ретро».

Стиль «ретро» получил название от слова «ретроспектива» – смотреть назад. В нем используются характерные черты моды 20-60-х г.г. XX в..

Татьяна Юрьевна Благова,

доцент каф. «Дизайн» АмГУ, канд. пед. наук

Теория и методология дизайна. Учебное пособие.

Изд-во АмГУ. Подписано к печати 07.06.07. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 7,21.

Тираж 100. Заказ 116.

Отпечатано в типографии АмГУ.