

Особенности и перспективы дизайн-проектирования эпохи Нового Барокко в странах СНГ

Эпоха Просвещения по получаемым рядовым дизайнером знаниям не сравнится с современностью, когда уровень знаний растет по экспоненте. Информации настолько много, что она неизбежно приобретает хаотический характер, не смотря на все усилия педагогов придать дизайн - просвещению системный характер. В противоречие здесь входят две основные составляющие дизайнерского образования. С одной стороны, систематизация знаний требует определенной консервативности, с другой стороны специальность «Дизайн» прежде всего должна основываться на самом инновационном мышлении педагогов.

Хаотический характер информации дает новые знания, которые тонко чувствующие из-за естественным образом более развитой правой стороны мозга дизайнеры обобщают по характеристикам, близким к барокко. Если перенести отображение их мышления на термины Г.Вельфлина [1], то современное «видение мира» дизайнеров стран СНГ открыто, нелинейно, глубинно, едино, с относительной ясностью предметной среды. Вельфлин указывал на цикличность изменения «манер видения». Пришло время «нового барокко» в контексте глобализационного процесса. Постмодернизм конца прошедшего века сыграл свою роль, послужив своеобразным «ренессансом» перед нынешним видением мира. Пусть с юмором, но был возврат к формообразующим принципам классицизма и с разрушением их. Вот тут и оказался «на подходе» главный принцип «нового барокко» – внешний хаос, характеризующий деконструктивизм.

Хаос в восприятии неизбежен, т.к. на данном этапе биологического развития человек не может осознать более восьми сигналов одновременно. Можно прогнозировать, что как биологическая особь, человек будет видоизменяться для приспособления к такой сверх информативной среде. Но нас интересует современный этап развития дизайна и прогнозирование: как хаотичность информативности повлияет на дизайн – проектирование.

Необходимо обратить внимание на слова «внешний хаос». Если рассмотреть графики поведения моделей детерминированного хаоса, то окажется, что существуют аттракторы- «притягатели» устойчивости. С точки зрения восприятия объектов дизайна это и есть главное в существующем перенасыщенном информацией времени. В изучении этих аттракторов и находится сущность современного визуального восприятия объектов дизайна, прогнозирование будущего дизайн- проектирования.

В странах СНГ из разнообразия областей применения дизайна фактически развиваются дизайн рекламы, интерьеров и одежды. Аттрактивность для молодых дизайнеров Украины можно проследить благодаря интернету,

выставкам и конкурсам, в частности, уже прошедшему XXI ежегодному всеукраинскому смотру-конкурсу дипломных работ по дизайну интерьера (передовые ВУЗы Украины под патронатом Министерства образования и науки, не менее 500 работ за смотр), VI форуму и смотру-конкурсу «Дизайн-просвещение» курсовых и дипломных дизайнерских работ (Харьковская государственная академия дизайна и искусств) и т.д. Эко-футуризм, сочетание аэродинамического стиля с элементами деконструктивизма, деконструктивизм, фрактальность объектов, попытки использования новых техник и технологий – характерные черты со вкусом выполненных дипломных работ последних пяти лет. Все больше студентов стремятся использовать в своих проектах интерьеров и даже офисной мебели зелень. Отдельные года дают вспышки общего интереса то к модульности (2010, конкурс во Львове), то к определенному стилю, например, постмодернизму (2011, в Днепропетровске) и т.д. И бесспорна попытка определения украинского национального стиля.

Попытка осознания своей национальности в контексте дизайнерского мышления очень интересна, если она не сводится только к рушникам и вышивке. Особо хотелось остановиться на цветовой гамме. Мальва и подсолнухи выше роста человека, яркая зелень, речки и озера, живописность холмов, цветущее многообразие на черноземе вызывает желание создать такие же яркие интерьеры с большой степенью контрастности, не задумываясь о функции. Сейчас даже офисы украинские студенты могут первоначально проектировать, используя яркий тифаниновый цвет. То есть с глобализационной точки зрения интерьеры эти могут показаться или ярковатыми, или темноватыми. Воспитание чувства вкуса и чувства меры – вот реальная проблема, стоящая перед украинскими педагогами.

В работах молодых дизайнеров осуществлялись попытки проектировать современный интерьер через призму украинского орнамента, с учетом традиционных способов зонирования в украинских хатах, традиционных элементов оформления, начиная от петриковской росписи в Днепропетровской области и заканчивая гуцульской резьбой по дереву для Карпат. Старшее поколение украинских дизайнеров за последнее десятилетие использовало постмодернизм, как, например, в прочтении Котляревского с улыбкой в дизайне интерьера кафе «Коники» К.Бондаренко (Харьков). Вы попадали в «Храм борща», веселились от вида горшков, которые кто-то через плетень покидал так, что они полуутонули в густой сметане на стене. То ли молодежь недостаточно созрела для таких веселых философских обобщений в интерьере (а это требует определенного уровня культуры, философии и способности с юмором воспринимать окружающую действительность), то ли ей духовно более близка на данном этапе идея деконструктивизма, экодизайна или футуристического, аэродинамического стилей, минимализма. Последнего по сравнению с вышеуказанными – менее.

Отдельный вопрос, который необходимо исследовать при проектировании украинских объектов дизайна, связан с работой темного нейрона. Анализ автора статьи показал, что существует определенный процент использования при переводе в монохромное изображение темного цвета в вышивках Украины

в соответствии с расположением местности вышивки - в степи, предгорье или горах вне зависимости от региона. Будет ли это глобализационный признак или развитие этой идеи будет способствовать созданию современного украинского стиля, покажут дальнейшие исследования.

Можно сравнить работы наших молодых дизайнеров (акцент на молодых из-за перспективности) с результатами мастер-классов выдающихся итальянских дизайнеров современности и развернутыми приглашениями принять участие в разных выставках и инсталляциях ВУЗами Италии, такими как университет Больце-Бользано, Туринский или Домус. Украинские студенты на данном этапе более практичны в результате стиля преподавания и проживания в стране в целом.

Практичность должна повлиять на количество авторских свидетельств на дизайнерское произведение. Ведь студенты и в Украине, и в России недостаточно уделяют внимания патентам, хотя креативное мышление у наших студентов очень развито. Наши студенты в фиксации своей креативности в патентах на порядок отстают от проектантов Японии и Китая.

Пример авторских разработок студентки Клейн С. под руководством автора статьи представлено на рис.1. Это слип-боксы и кресла-трансформеры, которые можно применить для несуществующего, но желанного аэропорта в курортной Ялте, шуршащей галькой на берегу «одного из самых праздничных морей земного шара» (по словам К.Паустовского) Черного моря.

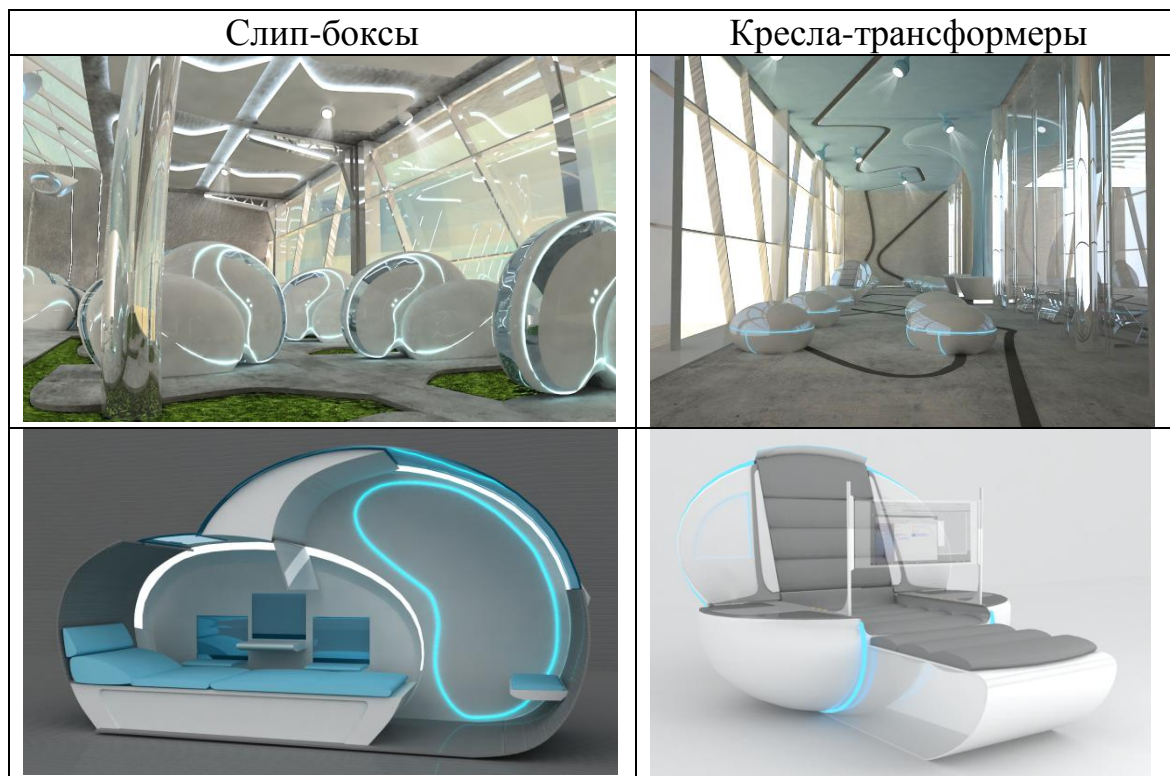


Рис.1. Слип-боксы и кресла-трансформеры в интерьере гипотетического аэропорта в Ялте

Трудно заставлять студентов писать эти акты на дизайнерское произведение (это ведь дополнительная вне учебной программы работа) любому ищущему преподавателю. Перспективная составляющая заключается в

введении реальной учебной дисциплины на пятом курсе, формой отчетности которой должно быть авторское свидетельство на дизайнерское произведение.

Осознание хаотичности и демократичности современного мышления в целом помогает понять, что система обучения на практических занятиях в странах СНГ должна быть пересмотрена. Преподаватель не может выступать традиционным дидактиком. Учитывая некрепкую нервную систему юных дизайнеров и начавшуюся тенденцию к необъективной оценке произведений искусства некоторыми искусствоведами, отстаивающими «своих» протезе, необходимо практические занятия по приему заданий на младших курсах превратить в игры. Игры по продаже объектов дизайна, работе с заказчиком, игры в выставку салона – сателита в Ро или Кельне и т.д., начиная с первого курса, с любовью к студентам приучая их к критике, самокритике и возможной необъективной критике.

С одной стороны, сейчас происходит мощный глобализационный процесс в мышлении дизайнеров. С другой стороны, надо вспомнить, что эпоха Просвещения дала для барокко достаточное количество национальных школ. И сейчас, в аналогичный по сути эпохе барокко период мышления, в период глобализации, для дизайнеров каждой страны СНГ важно найти ту изюминку, которая поможет сложиться национальной модели дизайна.

Бесспорно, любой патриот - дизайнер Украины или России мечтает о том, чтобы о дизайне его страны говорили с четким определением всемирной известности «эмоциональный итальянский дизайн» или «рациональный немецкий дизайн», изучали, как изучают особенности скандинавского или японского дизайна. Базис для этого есть – оригинальный протодизайн, замечательное декоративное и прикладное искусство во всех странах СНГ. То, что при таком замечательном базисе и прекрасной работоспособности дизайнеров нет ощутимых мировых результатов, виновато прошедшее время, когда слово «дизайн» в СССР находилось под запретом и могло быть только художественным проектированием с вытекающими из этого последствиями.

Изучая не только объекты протодизайна, а литературное и песенное наследие, необходимо отметить ту ментальность, которая отличает жителей стран СНГ от представителей других стран, в частности от жителей США. Легенский Ю.Г. [3] указывает на аксиологию представлений о мире в украинской культуре в реалиях кобзарских песен, которые содержит наиболее частые упоминания: 1) матери родной, отца, предков, старших людей; 2) земли родителей, Родины, земли как матери живого; 3) родительской веры; 4) общества; 5) дела. Дело - на последнем месте. Системотворческим оказывается этос, а не деятельность. Национальный этос является сугубо созерцательным, эстетичным по своей сущности. Эти исследования перекликаются с исследованиями в психологии коллективного бессознательного К.Юнга [6] и с исследованиями психологии восприятия искусства Ф.Шмита [4,5], директора «красного института искусств», погибшего за свое не соответствующее сталинской эпохе прогнозирование развития искусства. Если внимательно перечитать научные публикации Шмита первой трети XX в., описывающего наши народы как «мечтателей», то перспективным должен быть арт – дизайн

для дизайнеров стран России, Украины и Белоруссии, как отражение ментальной сущности. Эта ниша в дизайне должна однозначно принадлежать нашим народам в перспективе.

Изучая теорию маркетинга Ф.Котлера [6], предложившего пять концепций развития маркетинга: совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, маркетинга и социально-этичного маркетинга - можно указать, что первые два этапа концепций «проходились» дизайнерами наших стран в цикличности и в 20х, и в 90х годах прошлого века. До сих пор в странах СНГ дизайнер часто работает на третий и четвертый тип маркетинга. Жизнь сама заставит дизайнеров думать о социально – этическом маркетинге из-за проблемы общего выживания в этом мире. Это может быть решение любой дизайнерской проблемы, вплоть до проблемы отдельной личности. Например, уважающий себя дизайнер не согласится перепланировать под «евроремонт» объединение кухни и жилой комнаты в двухкомнатной «хрущевке», где живет маленький ребенок, так как это чревато раковым заболеванием последнего из-за недостаточных возможностей вытяжки газовых отходов.

Близится подход новых технологий, благодаря которым люди будут жить дольше, и как следствие дизайнерам надо будет разрабатывать новые комплексы для пожилых людей. Вертикальные сады помогут выживанию в мегаполисах. И в этом тоже будет работа дизайнера. В ближайшие лет десять должны появиться новые авиа- и плавсредства на альтернативном топливе - формообразование таких средств тоже будет дизайнерской работой. Сетевой дизайнер- имиджмейкер, управленец on-line профилями... невозможно перечислить все перспективы дизайнерской работы, связанной с новыми технологиями. Насколько интересно будет выращивать новые формы в соответствии с определенными функциями, что уже применяется, например, при LED-освещении. Но все основные категории в работе дизайнера будут вторичны по сравнению с решением вопроса выживания на планете, а это должно поднять вопрос духовности на более высокий уровень. Исходя из вышеописанного, можно предположить, что после периода «ломки» развала советской империи на первой линии борцов за более высокую духовность должны со временем встать дизайнеры России, Украины, Белоруссии.

Литература

1. Вельфлин Г. Основные понятия искусства. Проблема эволюции стиля в новом искусстве: Пер. с нем. - М. - Л. : АКАДЕМИА, 1930. – 289 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М: Прогресс, 1991. – 736 с.
3. Легенький Ю.Г. Дизайн: культурология та эстетика. – К.: КДУТД, 2000.- 272с.
4. Шмит Ф.И. Искусство. Основные проблемы теории и истории. - Л.: “АКАДЕМИА”, 1925. - 184 с.
5. Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к поэзии // Психоанализ и искусство: Пер.с англ. – М.- К., 1998. - С.9-29.