

Литература

1. Иванова, Л. А. Методические рекомендации по оцениванию рыночной стоимости интеллектуальной промышленной собственности [Текст] / Л. А. Иванова, С. В. Котлик, С. В. Малых; Одес. нац. акад. пищ. технологий. – Одесса: Астропринт, 2010. – 52 с.
2. Иванова, Л. А. Исследование свойств металлокерамики на основе железа и стабилизированного кремнезема в качестве материала колосников / Л. А. Иванова, Н. О. Косицын // Проблемы техники. – 2010. – № 1. – С. 87 – 95.
3. Пат. 56217 Україна, МПК(2011.01), СО4В 33/28(2006.01), СО4В 33/00 Склад шлікера для керамічного матеріалу для виготовлення колосників [Текст] /Іванова Л. О., Косіцин М. О. – заявник та патентовласник Одеська національна академія харчових технологій. – № у 2010 06515; заяв. 28.05.2010; опубл. 10.01.2011, Бюл. № 1.
4. Иванова, Л. А. Композиционные материалы [Текст] / Л. А. Иванова, А. Е. Сергеева, Н. О. Косицын. – Одесса : ТЭС, 2010. – 188 с.

УДК 658.512.2

РАЗВИТИЕ СТИЛЕВОГО НАПРАВЛЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ

Иванова Л. А., д-р техн. наук, профессор, Смирнова С. А., канд. пед. наук, доцент,
Сагач Л. Н., ст. преподаватель
Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса

Статья посвящена вопросу возникновения и развития такого понятия в дизайне как стилевое направление. Рассмотрены основные виды дизайна и их объекты, а также факторы, влияющие на принятие тех или иных дизайнерских решений. Предложена структура дизайна как научной дисциплины и сделаны выводы о необходимости комплексного подхода к ее изучению.

The paper focuses on the emergence and development of the conception of the style direction in the sphere of design. The main design types and their objects are considered, as well as the factors influencing on the making of some design decisions. The structure of the design as a scientific discipline is proposed, and the conclusions about the necessity for a comprehensive approach to its study are drawn.

Ключевые слова: стиль, бренд, виды и объекты дизайн, художественное творчество.

Стилевое направление в дизайне характеризуется возросшим экономическим интересом к созданию фирменных брендов, рекламе новой продукции и разнообразных услуг, а с появлением компьютерных технологий и разработке сайтов.

При современном методическом подходе бренд фирмы представляет собой совокупность характеристик основных показателей выпускаемой продукции. Идентификация показателей пищевой продукции определяет как форму, так и композицию бренда. Всемирно известная продукция Coca-Cola, Pepsi-Cola, нормандские сыры, швейцарский шоколад и т.д. непосредственно связаны с товарными знаками соответствующей фирмы (рис. 1—2), по которым их узнает потребитель по всему миру.

Источником возникновения стилевого направления в дизайне следует считать художественно-прикладное творчество человека в разнообразных направлениях (предметы быта, архитектура, скульптура, живопись, одежда и т.п.), зародившееся в XIV веке в Италии. Этот период характеризовался переходом к гуманистическому мировоззрению и передаче личностного восприятия мастера окружающего мира через новую форму, композицию, цветовое решение и т.д. материальных объектов. Мастер старался создать изделие, отвечающее не только его утилитарному назначению, но и эстетически привлекательное, что позволит привлечь покупателя и обойти конкурента.

Понятие «технический дизайн», как феномен культуры, эстетики и проектирования появилось значительно позже и стало результатом научно-технического прогресса 19—20 веков. Начиная с середины XIX века изделия стали вырабатываться машинным способом, серийно с использованием новых технологий и материалов. Симбиоз машинного способа производства, художественно-технического проектирования на основе требований технической эстетики, эргономики и определили развитие современного промышленного дизайна.



Рис. 1 — Товарные знаки Coca-Cola и Pepsi-Cola



Рис. 2 — Товарный знак Milka

художественной деятельности, становясь все больше ценностной, мировоззренческой и общефилософской категорией, средством межпрофессиональной коммуникации.

В XXI веке указанные виды дизайна разделяются на отдельные группы, например, промышленный дизайн включает в себя дизайн автомобилей, различного вида оборудования и технологий, дизайн мебели и посуды, бытовых приборов и устройств, дизайн упаковок и т.д.

Дизайн базируется не только на основе нового технического решения, концепции, но и на оптимальном выборе внешнего вида товарного объекта.

Сегодня под дизайном следует понимать творческий, художественный или художественно-технический процесс в сфере проектной деятельности, а также результат этой деятельности в виде эскизов, моделей, чертежей простейших образцов различных товаров и услуг. Мы наблюдаем переход индустриального дизайна в новое качество — производство предметов потребления вне индустриального направления с использованием ультрасовременных информационных технологий, превалированием в объектах проектирования эмоциональной, эргономической составляющих, высоким уровнем индивидуальности объектов дизайна.

Дизайн постиндустриального общества значительно расширил свои предметные границы, далеко выйдя за пределы лишь проектно-

Таблица 1 — Виды и объекты дизайна

Виды дизайна	Объекты дизайна
Промышленный (технический, индустриальный)	Все виды товаров, изготавливаемые промышленным способом
Графический дизайн	Топография, фирменный стиль, плакатная и печатная продукция, все виды упаковок, сайты и т.д.
Компьютерный дизайн	Построение изображений в плоскостном и объемном виде
Дизайн архитектурной среды	Экстерьер и интерьер зданий и помещений различного назначения
Информационный дизайн	Разнообразные виды информации, представленные в привлекательном и четком для понимания виде
Дизайн среды	Внешний вид и организация среды
Дизайн одежды и аксессуаров	Модная, оригинальная одежда и дополняющие ее элементы
Прочие виды дизайна	Визуализация объектов, пространства, игры и т.д.

Анализируя, например, эволюцию внешнего вида легкового автомобиля можно прийти к выводу, что наиболее популярная модель — это результат инженерного проектирования с учетом требований технической эстетики, эргономичности, удобства управления и экономичности (рис. 3—4).

К вопросу изучения дизайна как особого вида творческой проектной деятельности можно подходить комплексно или конкретно. Например, рассматривая эту деятельность, применительно к той или иной отрасли производства различных товаров.



Рис. 3 — Первая модель BMW (1889 г)

Учитывая направленность обучения в технических ВУЗах и специализации по тем или иным объектам промышленного производства (машины, приборы, оборудование, технологические процессы и пищевые продукты) изложение теории дизайна для студентов должно быть ориентировано на изучение закономерностей художественного, технического и конструкционного проектирования дизайнерских объектов. Особое внимание необходимо уделить вопросам развития творческого мышления и связи его с практической направленностью.



Рис. 4 — Последняя модель BMW (2014 г)

Комплексный подход к дизайну как к научному познанию, по аналогии с искусствоведением, предлагается называть дизайноведением, структура которого включает:

- история развития мирового и национального дизайна;
- теоретические концепции, научно-философские и социальные подходы к дизайнерскому проектированию конкурентноспособной продукции;
- методология дизайна.

Следует отметить, что эти комплексные этапы начали исследоваться сравнительно недавно. Диссертационные работы по этой тематике в основном направлены на техническую эстетичность, эргономику или искусствознание.

Продвижение проектируемых дизайнерских объектов непосредственно связано с эстетикой художественного образа и эффективностью рекламы. В этой связи, обобщая изложенные подходы к рассматриваемым вопросам, можно сделать следующие выводы:

1. Теория дизайна, как и теория в любой отрасли знаний, должна базироваться на системе основных положений и идей, обеспечивающих в совокупности представление о закономерности и основах особого вида художественно-технической, проектной деятельности.

2. При изложении курса «Технический дизайн» структурные элементы базируются на новых техниче-

ских решениях с учетом их эстетичности и эргономичности.

3. Разработка дизайнерских художественно-технических проектов и продвижение их на рынке необходимо тесно увязывать с маркетингом и рекламой.

В Одесской национальной академии пищевых технологий открывается специализация — дизайнер. Квалификационная характеристика выпускника специализации «Дизайн» включает требования к профессиональной деятельности дизайнера, занимающегося разработкой дизайнерских объектов, художественным проектированием, моделированием, оформлением дизайнерских продуктов. Выпускник специализации должен овладеть изобразительными средствами, определять стилевые особенности дизайнерских объектов и разрабатывать дизайн-проект с учетом национальных и региональных особенностей.

Предметом исследования является анализ проектной деятельности по созданию объектов дизайна с учетом эстетических и потребительских свойств.

Литература

1. Сущность дизайна. Теоретические основы дизайна [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 070601-"Дизайн" / В. Ю. Медведев; Федеральное агентство по образованию РФ, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт-Петербургский гос. ун-т технологии и дизайна". — 3-е изд., испр. и доп. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос. ун-т технологии и дизайна, 2009. — 109 с.
2. Горнов, А. О. Элементы технической эстетики и эргономики [Текст] / А. О. Горнов. — М.: Изд-во МЭИ, 2002. — 38 с.
3. Бхаскаран, Л. Дизайн и время: Стили и направления в современном искусстве и архитектуре [Текст] / Л. Бхаскаран; пер. И. Д. Голыбина; ред. Т. И. Хлебнов. — М.: Арт-Родник, 2006. — 256 с.
4. Грашин, А. А. Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды [Текст]: учебное пособие — М.: Архитектура. — 2004. — 232 с.