

**ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ В КУЛЬТУРЕ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ДИЗАЙНЕРОВ**

Крохалев В. С.

Уральская государственная архитектурно-художественная академия

г. Екатеринбург, Россия

На протяжении более сотни лет своего существования промышленный дизайн являлся посредником между традиционной и инновационной культурами. Адаптировал достижения науки и техники, делая их дружественными человеку, превращая их в ярких или незаметных, но необходимых спутников нашей жизни. Сфера дизайн-услуг продолжает расширяться. Данные ряда независимых исследований свидетельствуют о том, что к 2050 г. более 70% населения Земли будет проживать в городах. Современный город – это среда обитания человека, состоящая из предметов архитектуры и дизайна, таким образом, роль этих смежных дисциплин в жизни людей продолжит расти. Промышленный дизайн в России как важнейшая экономическая и социально-культурная отрасль для страны с рыночной экономикой нуждается в обоснованной и ясной программе развития. В отличие от зарубежных экономик, где рынок дизайн-услуг сформировался ещё в середине XX века, в России процессы «понимания» дизайна на производстве и в обществе, ценообразования дизайн-услуг остаются неразвитыми. Отсутствие на отечественном рынке промышленного дизайна крупных компаний создало проблему определения современных направлений и тенденций, моды. Их диктуют зарубежные фирмы, проектирующие свои изделия в отличной от российской социально-культурной среде и предполагающие иные условия эксплуатации. Таким образом, задачи прогнозирования, реализации и распространения уникального российского дизайна, способного адекватно взаимодействовать со специфичными артефактами культуры и быта, остаются актуальными. Для осуществления прогноза следует определить некоторые

закономерности появления и процветания различных стилей и направлений в дизайне.

Историю промышленного дизайна можно представить в виде процесса чередования двух противоборствующих парадигм: рациональной и иррациональной. Рациональное начало являет собой порядок, гармонию. Иррациональное начало – это хаос, растворение идентичности в массе, рождающее непластическое искусство. Рациональное начало противостоит иррациональному, как искусственное противостоит естественному. Иррациональная парадигма разрушает рациональную подобно тому, как лишайник разрушает монолит скалы, превращая его в мелкие частицы плодородной почвы. Две противоположные парадигмы тесно связаны, первая не возможна без второй и наоборот, только сбалансированная культура может считаться «здоровой» и «жизнеспособной». Иррациональный хаос наступившего XX века явился лишь предзнаменованием сильнейшего рационального начала, значительной частью которого стал промышленный дизайн. Первый дизайн возник из элементов угасающей христианской парадигмы, исторически первый стиль – модерн (1887 – 1914 гг.) вносил лишь незначительные изменения в традиционный уклад жизни европейцев, в нём сказывалась ценностная инерция XIX в. В модерне дизайн был обречён на роль младшего брата таких титанов, как живопись, архитектура, скульптура. Яркий иррациональный период в начале XX в. привёл к необходимости создать или принять новую мораль, новые ценности – базис цивилизации. В этом вакууме дизайн раскрыл свой потенциал, став мощной опорой социальной и экономической, став промышленным, то есть тиражным, всеобъемлющим и всецело рациональным. Подобно тому, как каждый народ трактовал силы природы, создавая себе различных богов, так каждый европейский народ создавал свой уникальный рациональный дизайн, общей чертой которого был неофункционализм: футуризм в России и Италии, позже

трансформировавшийся в конструктивизм и рационализм, абстрактный Де-Стиль в Голландии, технологичный Веркбунд в Германии. Вторая мировая война прервала динамичное развитие промышленного дизайна. В послевоенные годы дизайн восстанавливает свои позиции, а к середине 60-х годов достигает своей рациональной вершины. Позднее широкое распространение продуктов дизайна превратит их из божеств в одноразовых слуг. Дизайн перестанет создавать новую эстетику и начнёт подстраиваться под вкусы потребителей, тем самым теряя свою «преображающую, просветляющую силу». В 70-х гг. появляется множество разнообразнейших стилей и направлений: деконструктивизм в стиле Мемфис, поп-дизайн, биоморфизм, хай-тек, оптический дизайн. Оптический дизайн 60-х и виртуальный дизайн, активно развивающийся с 70-х до наших дней, и есть те непластические – неосязаемые виды искусства, свойственные иррациональному началу. Искусственная имитация человеческих ощущений, обман, иллюзия, виртуализация человеческой жизни и дизайна, как её элемента, – всё это очевидные признаки иррационального характера настоящей парадигмы. Эклектика, или бесконечное сочетание множества стилей в дизайне – есть иррациональный хаос, дающий возможность родиться чему-то новому, рациональному, так, как это произошло сто лет назад.

Американский дизайн, как независимая ветвь эволюции, на протяжении своей истории был также подвержен колебаниям и трансформациям. В нём нельзя однозначно определить торжество рационального или иррационального начала. Непрерываемый войнами, в отличие от европейского, американский коммерческий дизайн аккумулировал колоссальный запас энергии, выплеснувшийся во второй половине XX века на дизайн мировой. Коммерческий подход в дизайне привёл где-то к частичному, а местами и к полному отказу от идеи эстетического воспитания потребителя. Дизайн стал угождать среднестатистическому испорченному вкусу. И теперь, когда в начале

XXI века одна из ведущих американских компаний APPLE провозглашает новый лозунг функциональности, простой геометрии формообразования и сдержанной цветовой гаммы, цитируя функциональный дизайн прошлого, и прежде всего BRAUN стиль, можно с достаточной уверенностью говорить о наступлении рационального периода в промышленном дизайне.

В отличие от американского коммерческого дизайна, расцвет российского или советского дизайна был однозначно связан с рациональным началом. В молодой советской республике дизайн сразу стал полем для идеологической пропаганды: новое светлое будущее, новая предметная среда, новый Мир. За деятельностью членов ВХУТЕМАСа следила вся страна. Сложно спрогнозировать дальнейшее развитие отечественного дизайна, не помешай этому сложная экономическая ситуация, решения руководства страны и Вторая мировая война. В 60-е годы при государственной поддержке организуется ВНИИТЭ. Активная разработка дизайн-программ и методологий по технической эстетике позволяет создать единое ценностное восприятие и экспертизу различных продуктов дизайна. Советский дизайн был ориентирован на «...дизайн-проектирование продукции промышленного и подъемно-транспортного оборудования, станков, медицинской техники...» В данных видах продукции дизайнеры априори склонялись к неофункциональному дизайну. Специфика дизайн-заказов в современной России практически не изменилась, ведущими направлениями остаются: медицинское, транспортное, профессиональное и мебельное оборудование. Весомым аргументом в пользу неофункционализма будет и роль дизайна как индикатора экономической ситуации в конкретном регионе или в целом Море. Исторически экономический рост вызывал развитие «антидизайна» или стайлинга, ситуации в дизайне, при которой функциональные характеристики изделий отходили на второй план, а главными параметрами оценки становились внешняя эффектность, подчеркнутая роскошность отделки, статусность. Снижение

экономического потенциала, а вместе с ним и покупательной способности потребителей, приводило к возврату к неофункциональным течениям, ключевыми особенностями которых были простая конфигурация изделия, минимум декора, недорогие материалы, функциональность, практичность, большая тиражность и низкая себестоимость. Таким образом, ситуация мирового экономического кризиса способствует реализации преимущественно рациональных подходов в дизайн-проектировании.

Мировым эталоном рационализма в промышленном дизайне по сей день остаётся BRAUN стиль. Фирма BRAUN была создана Максом Брауном в 1921 году в г. Франкфурт-на-Майне. Компания начинала с производства деталей для только что появившейся радиоиндустрии, достаточно быстро перейдя к производству собственных радиоприемников и фотоаппаратов. Фирма BRAUN создала конструктивно простые, функционально безукоризненные модели транзисторных приемников. Так сформировался стиль и других изделий (электроприборов, кухонных машин и пр.), настолько индивидуальный, что заговорили о "стиле BRAUN" как о заметном явлении в мировом дизайне. Отсутствие декоративных накладок, профилей, цветowych пятен, имитации материалов, скромная колористическая гамма, построенная на тонких оттенках серого цвета, сочетания черного и белого. Это создание цельного образа самыми простыми и минимальными средствами. Это – "экономный" стиль.

Важную роль в развитии фирменного стиля BRAUN сыграл Дитер Рамс. Основа профессиональной философии Рамса – установка на редуцирование. Он считал, что простое лучше, чем сложное, незаметное – чем броское, монохромное – чем пёстрое, уравновешенное – чем экстравагантное. Предпочитал непрерывное – изменчивому, маленькое – большому, легкое – тяжелому, тихое – шумному. Рамс исповедовал простоту вещей и ставил перед дизайнерами задачу ее углубления, считая, что вещь, образно говоря, должна быть сведена к кнопке. Примерами такой философии являются знаменитые

карманное радио BRAUN T3 и стереосистема Phonosuper SK4. Дизайн продукции BRAUN был основан на десяти принципах: честность, полезность, ясность, легкость в использовании, простота, порядок, естественность, эстетика, качество, долговечность.

Внедрение в российском дизайне близких и традиционных ещё с конструктивизма функциональных методов позволит повысить общую культуру быта, реанимировать производственный сектор, ускорить экономический рост. Реклама и распространение обозначенных подходов в проектировании осуществимы через сеть региональных центров дизайна, способных стать законодателями мод, заниматься просветительской деятельностью, оказывать активное воздействие на производственную и социально-культурную сферы общества.

Литература

1. Розенталь М. М. Философский словарь. – М. : Изд.полит.лит, 1975.
2. Ницше Ф. Сочинения: в 2 т. – М. : Мысль, 1990. –Т.2.
3. Воронов Н. Российский дизайн: в 2 т. – М. : Союз дизайнеров России, 2001. –Т.1.
4. Михайлов С. История дизайна: в 2 т.. – М. : Союз дизайнеров России, 2002. –Т. 1
5. Михайлов С. История дизайна: в 2 т.– М. : Союз дизайнеров России, 2003. –Т. 2.
6. Хан-Магомедов С. О. ВХУТЕМАС. – М. : Ладыя, 1995.
7. Хан-Магомедов С. О. ИНХУК. Ранний конструктивизм. – М. : ARCHITECTURA, 1994.
8. Хан-Магомедов С. О. ОБМАС - ВХУТЕМАС. – М. : ARCHITECTURA, 1993.

9. Азрикан Д. А., Михеева М. М., Пронин И. В. Дизайн программа «Бытовые магнитофоны». Проектная концепция. Методика формирования ассортимента. – М. : ВНИИТЭ, 1985.
10. Глазычев В. Л. Проблемы дизайна 2. – М. : Архитектура-С, 2004.
11. Ницше Ф. Рождение трагедии, или Эллинство и пессимизм. –URL: <http://www.nietzsche.ru/read-14.php7>.
12. Ницше Ф. Весёлая наука. –URL: http://www.nietzsche.ru/books/book8_1.shtml.htm.
13. Брагин В. А. Концепция развития дизайна в Уральском федеральном округе и Свердловской области. –URL: <http://ucrd.ru>.
14. Быстрова Т. Ю. Феномен вещи в дизайне: философско-культурологический анализ. –URL: <http://www.taby27.ru>.