

РОЛЬ ДИЗАЙНЕРА СЕГОДНЯ

Малин А.Г., доц.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассматриваются вопросы о роли дизайнера, о проблемах предметного творчества в дизайне и изобразительном искусстве, о конкретизации роли дизайнера в современном обществе.

Ключевые слова: дизайн, архитектура, искусство, позиционирование профессий, визуальный язык дизайна, утилитарная функция и социо-культурная ценность продукта.

«Сегодня нам необходимо точное знание там, где еще вчера было достаточно интуиции».

Эти слова пионера дизайна Френка Ллойд Райта в начале XXI века как никогда актуальны.

О смысле дизайна и художественного творчества разговоры и споры не прекратятся никогда, хотя критерии профессий уже давно определены.

Дизайн становится все более наукой, чем искусством. А работа художника, представленная на престижной выставке, по прежнему может и не ответить на вопросы журналистов о том, что он хотел сказать этим произведением. Или заявить: «За меня говорит мой холст!» А поклонник его таланта, купив сей шедевр и поселив в своем доме, волен делать с ним, что захочет.

Дизайнер же, представляя проект заказчику, не имеет права оставить его без комментариев. Ведь приобретая его, клиент вынужден не прятать его на антресоль, а жить по нему как минимум до следующего ремонта или переезда.

Эти доводы строятся уже не столько на эмоциях дизайнера, сколько на его научном знании. И плох тот специалист, который не может внятно объяснить клиенту «почему здесь черненькое белеет». Между тем, таких горе - специалистов на арт-рынке подавляющее большинство. Но это не дизайнеры, а художники, гламурные опусы которых можно покупать, чтобы ставить на вечное хранение в кладовку.

По словам российского дизайнера, профессора, академика С.К. Лемешева: «Критерий классного дизайнера сегодня – умение сочетать богатство яркого художественного чувства и креативной интуиции (менее 50 %) с логикой точного аналитического метода (более 50%). Лишь только гении, а их единицы, могут «размышлять наитием», генерируя идеи благодаря «искре божьей». У архитектора это соотношение другое; он более чем на две трети «физик» и максимум на одну треть «лирик». Для художников и декораторов характерна иная диспропорция – почти полное доминирование эстетики над утилитаризмом. При этом каждый из этих специалистов занимает свою нишу. Архитектор отвечает за то, что Древние Римляне называли «immobile» – недвижимостью с ее планами и пространствами. Дизайнер занимался «mobile» - движимым имуществом, то есть формами и цветом предметов. Точнее – тех вещей в интерьере, «которые можно перенести». Декоратор создавал красивые украшения, дорисовывая все то, что сделали архитектор и дизайнер. Это историческое позиционирование профессий существует поныне. В этом критерий их функций и главный смысл.

Изменения, вносимые в жизнь самим человеком, в той или иной степени являются продуктом дизайна. Это касается развития различных социальных сфер жизни и предметного мира окружающего нас.

Дизайн – это сегодня особая отрасль жизнедеятельности людей. Она, как и другие отрасли, должна осуществлять методическое руководство и координацию проектных работ в отраслевых хозяйствах страны, входить в систему образования и воспитания, также, как и в систему управления социальными процессами. Особая важность для дизайна – это использование наряду с инженерно-техническими и естественнонаучными знаниями средств гуманитарных дисциплин: философии, культурологии, социологии, психологии. Все эти знания интегрируются в акте проектно-художественного моделирования предметного мира, опирающегося на образное, художественное мышление. Понятие же «изобразительное искусство» - это художественное творчество в целом: литература,

архитектура, скульптура, живопись, графика, декоративно-прикладное искусство, музыка, танец, театр, кино и другие разновидности человеческой деятельности. Оба активно задействованы в построении новых отношений в обществе.

Изменения – неотъемлемая часть нашей жизни. Технический прогресс становится составляющим социального и индивидуального прогресса. Но это порождает новые потребности и, следовательно, новые проблемы придется решать дизайну.

Современное искусство, как и дизайн, шагает стремительно вперед. Но не всем понятно куда оно шагает. Современное искусство предъявляет новые требования к творчеству художника. Повсеместно создаются музеи и центры современного искусства. Регулярно проводятся выставки современного искусства. Современное искусство несет в себе мощный эмоциональный потенциал. Страхи, стрессы, эмоции современного мира, его стремительность и напряженность, окрашивают современное искусство (в том числе изобразительное и живописное искусство) в непривычные, порой перламутровые (гламурные) пульсирующие краски, вызывая неадекватные реакции. Современное искусство живет, огорчается, удивляется, радуется. Там, где искусство – там заинтересованного потребителя все меньше. И только богема готова оценить новые веяния.

А дизайн в современном обществе – это, прежде всего, одно из условий получения прибыли, поскольку, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары. Согласитесь, в этом и есть его предназначение, он по определению должен заниматься этой рутинной работой.

Если рассматривать изобразительное искусство как художественное ремесло – то оно призвано сделать предмет эстетически соответствующим стилю и вкусу какой-либо эпохи, или просто красивым. Изобразительное искусство не занимается формой в чистом виде, оно берет уже готовые формы и наносит на них эстетику, возьмите, например, арт-стулья.

Дизайн в первую очередь опять же озабочен новой формой, чтобы предмет был более удобным, более интуитивным прежде всего, то есть соответствовал назначению, использованию, вызывал удивленные взгляды потребителя, заманивая его. Эстетика предмета в данном случае проистекает из красоты и удобства формы, соответствия ей материала, цвета и эмоций. Но чтобы форма следовала только за функцией – теперь этого тоже мало.

И дизайн, и изобразительное искусство занимаются предметным творчеством, кто как может делают быт человека удобнее и интереснее. Но что делать дизайнеру именно сегодня в эпоху интенсивных поисков и отважных экспериментов в изобразительном искусстве. Ответ однозначен – не стоит поддаваться панике, перестраивать мышление и отношение к неоднозначному и избирательному потребительскому спросу общества.

Дизайн ставит перед собой задачи, связанные не только с решением проблем материальной оснащенности бытия, но и вполне конкретные задачи, направленные на активизацию пассивного потребительского рынка. Дизайн помогает человеку ощутить насыщенность собственного существования разнообразием возможностей, помогает ощутить обладание собственным богатым воображением.

Современный дизайн – это не только опредмечивание материальных человеческих потребностей, но и «овеществление» ценностей духовных, реализация в дизайнерской форме сущностного содержания эпохи. Дизайн возникает в условиях промышленного производства и тиражирования форм, но с целью добиться соответствия этих форм параметрам человека.

Расширение массового производства и потребительского рынка привело к обособлению ценности продукта от его утилитарной функции. Всё большее значение приобретает дополнительная социально-культурная потребительская ценность продукта. Эта ценность определяется дополнительными новыми удобствами, комфортностью. Так новые опции и «навороты» в автомобиле, дистанционное управление «умной» бытовой техникой, компьютерные технологии и модные гаджеты — в значительной степени определяют ценность вещи и статус её владельца. Однако всё большее значение приобретает другое содержание потребительской ценности — визуальное выражение статуса. Смысл дизайна — стать еще более уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества, возвышать личность, делать её полной самоуважения и достоинства, открывать перед ней пути совершенствования себя и окружающего социального и природного мира.

Дизайн – достаточно специфичная и важная сфера деятельности людей, которая по природе своей так же гуманистична, как, скажем, образование, наука, здравоохранение. Его функции – не только создание соответствующих продуктов, но и консультативные,

методические и координационные. Другими словами, дизайн сегодня – это особая отрасль жизнедеятельности людей. Она, как и другие отрасли, должна осуществлять методическое руководство и координацию проектных работ в отраслевых хозяйствах страны, входить в систему образования и воспитания, также как и в систему управления социальными процессами, как уже было сказано.

Смысл дизайна – комплексный системный подход к проектированию каждой вещи. Объекты дизайна несут на себе печать времени, уровень технического прогресса и социально-политического устройства общества. Центральной проблемой дизайна является создание культурно- и антропосообразного предметного мира, эстетически оцениваемого как гармоничный, целостный. Отсюда особая важность для дизайна – это использование наряду с инженерно-техническими и естественнонаучными знаниями средств гуманитарных дисциплин. Дизайнерская деятельность протекает на стыке материальной и духовной сфер.

В книге «Художник в дизайне» (М.: Искусство, 1974) её автор Е. А. Розенблюм отмечает: «Быть «возбудителем беспокойства» в обществе – значит для дизайнера постоянно выходить за пределы сложившихся стереотипов, ломать их, творить новые оригинальные формы, предощущать в будничной прозе сегодняшнего дня тенденции завтрашнего. Как «возбудитель беспокойства» дизайнер призван освобождать человека от давления закостеневающей и потому давящей предметной среды, опираясь на просыпающуюся жажду раскрепощения». Таким образом, профессиональная деятельность дизайнера, как постоянно развивающаяся на социальной почве, так и опирающаяся на естественные качества человека (эстетические, эмоциональные и интеллектуальные) определила сегодня роль и место дизайна в общественной жизни.

Учитывая уровень развития науки и прогресс информационных технологий в современном обществе, их внедрение во все сферы жизнедеятельности, дизайнеру необходимо использовать информационные технологии и другие инновации в своей работе. Сегодняшний уровень развития техники позволяет, смело говорить о компьютерном моделировании, но на сегодняшний день его использует далеко не каждый дизайнер.

Таким образом, сегодня, когда поток информации возрастает в геометрической прогрессии и способы обработки, хранения и представления информации постоянно совершенствуются, дизайнер не может состояться как профессионал, не используя в своей научной и учебной практике компьютерные технологии. А владение дизайнером новыми программными продуктами позволяет ему выходить на иной уровень самосознания.

Список использованных источников

1. Гогueva, В. П. Дизайн как социокультурный феномен / Гогueva В.П. / Вестник СевКавГТУ. – 2014.- № 2. – 46 с.
2. Мосорова, Н. Н. Философия дизайна: социально-антропологические проблемы / Мосорова Н. Н. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 156 с.
3. Даниэль С. Искусство видеть: О творческих способностях восприятия, о языке линий и красок, о воспитании зрителя / С. Даниэль. - Л.: Искусство, 1990. - 223 с.

УДК 659.1.012.12

ЮМОР В РЕКЛАМЕ

Онуфриенко С.Г., ст. преп., Буевич Ю.В., студ.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье проводится анализ использования юмора в рекламе, его психоэмоциональное воздействие, как один из приемов привлечения внимания и улучшение отношений потребителя к рекламируемому товару.

Ключевые слова: юмористическая реклама, реклама, рекламный продукт, товарная марка.

Реклама и юмор – точки соприкосновения

Как известно, главные функции рекламы – информирование, убеждение и напоминание. Исполнение рекламы может быть как серьезным, так и несерьезным. И если серьезное