

УДК 378: 687. 016. 6

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

Л.А. Сафина

*Казанский государственный технологический университет,
Институт технологии легкой промышленности моды и дизайна,
г. Казань, Российская Федерация*

*“Место, которое мы отводим дизайну,
зависит от того, как мы понимаем этот мир”.*
Томас Мальдонадо

Возникновение дизайна, прежде всего, привязано к развитию массового производства это примерно конец 19 века. Таким образом, корни этой профессиональной деятельности необходимо искать именно в производстве. Однако дизайн в России до сих пор развивается по самостоятельному, оторванному от производства пути. Выпускники дизайнерских Вузов могут только надеяться, что они будут востребованы как специалисты на массовом производстве. Только самые удачливые или упорные остаются преданными своему начинанию, и после окончания учебного заведения продолжают заниматься дизайном. Складывается практически революционная ситуация, т.к. налицо конфликт между потребностями производства и уровнем подготовки специалистов в учебных заведениях.

Возвращаясь к истокам возникновения дизайна как деятельности, в 19 веке дизайн зародился на пересечении интересов машинного производства и эстетических установок общества, и причины его появления лежали в кризисной художественной ситуации в области формообразования предметного мира. Именно тогда выход из создавшейся ситуации стал возможен только при условии формирования нового вида деятельности, направленного на придание типовой промышленной продукции эстетических свойств, т.е. дизайна.

В настоящий момент пришло время соединить в очередной раз два распавшихся начала – эстетическую и производственную составляющую дизайна. Дизайн-образование в условиях упадка швейного и других видов производств оказалось оторванным от практики и в последние годы развивается по самостоятельному пути, уделяя большее внимание художественной составляющей учебного процесса. Например, уровень подготовки дизайнеров костюма позволяет отнести их в большей степени к иллюстраторам моды, нежели к ее создателям. Это высококлассные рисовальщики, создатели новых образов, часто поражающие высоким уровнем креативности и изобразительного мастерства. Опираясь на данные наблюдений за развитием деятельности выпускников Вузов, можно сделать вывод, что даже эти неоспоримые достоинства в большинстве случаев не гарантируют дизайнерам успех в профессиональной деятельности.

С одной стороны, дизайн-образование в области костюма не способно развиваться без четкого следования требованиям производства и потребительского рынка. С другой стороны, производство одежды в России не может развиваться без специалистов, готовых работать на современном производстве. Достижения равновесия в этой ситуации возможно, на наш взгляд, если дизайн-образование будет направлено на формирование у будущих специалистов проектного подхода к созданию объектов дизайна и в т.ч. одежды. Этот вывод подтверждает и исследование В.Л. Глазычева, где он делает вывод, что: «дизайн может выступать по отношению к производству как элемент системы управления производством...» По его мнению, выказанном на заседании ученого совета НИИ теории и истории искусства Российской Академии художеств: «Сейчас критический момент: или мы успеваем подхватить и усилить это явление, чтобы профессионализм не упал окончательно, или мы упускаем это из рук».

В отличие от профессиональной подготовки юристов, врачей и архитекторов, обучение промышленному дизайну не имеет общепринятой методики. В большинстве западных учебных заведениях высоко ценят практическую подготовку, опираясь на принципы ЕИД – стимулирование творчества студентов, использование современных технологий, актуальной информации, привлечение студентов к проектной работе. Проектный подход признан многими учебными заведениями основным условием для успешной реализации учебных программ и подготовки современных специалистов-дизайнеров.

Построение проектной деятельности опирается на три группы оснований: эмпирические, теоретические и методологические. Проектная деятельность опирается на специфические проектные знания, использует профессиональные средства проектирования и создает свой целостный продукт.

Главной задачей дизайн-образования является освоение студентами методами системного проектирования, направленными на получение инварианта целостного описания создаваемой системы (в частности коллекции моделей).

В традиционном представлении о проектировании производится членение процесса создания объекта дизайна. При этом подразумевается единство процессов и само деление носит характер произвольного упорядочения. Таким образом, проектный подход в обучении дизайнеров подразумевает освоение основных этапов процесса проектирования:

1. осознание общественной потребности в разрабатываемом изделии;
2. техническое задание на проектирование;
3. анализ существующих дизайнерских решений, прогнозирование модных тенденций;
4. разработка проектной концепции (образ потребителя);
5. определение темы, содержания коллекции (формулировка темы, девиза, отражающего смысл коллекции);
6. функциональный анализ (назначение коллекции);
7. разработка ассортимента ряда коллекции;
8. эскизный проект (формообразование, разработка модельного ряда);
9. техническое описание моделей (выполнение технических эскизов, описание внешнего вида моделей);
10. конфекционирование (требования к свойствам материалов, подбор материалов основных и второстепенных);
11. определение исходных данных для конструирования (выбор размерных характеристик и прибавок);
12. технический проект (расчет и конструирование деталей);
13. технологический проект (комплект лекал деталей, выбор методов и оборудования для технологической обработки);
14. изготовление опытных образцов и калькуляция стоимости;
15. представление коллекции;
16. технологическая подготовка серийного производства;
17. серийное производство изделия;
18. организация сбыта продукции (реклама, мерчендайзинг).

Сегодня дизайн как синтетическая деятельность включает в себя: во-первых, творчество художника по моделированию изделия, т.е. создания «образа вещи», во-вторых, это инженерное творчество, в-третьих, это практическое решение замысла, т.е. воплощение в соответствующем материале. Из данного списка понятно, что проектный подход в дизайне одежды требует знаний из различных областей: маркетинга, социологии, психологии, экономики, изобразительного творчества, конструирования, технологии. Дизайнер должен знать все закономерности каждого вида деятельности с тем, чтобы создавать изделия, которые будут привлекательны для потребителя и экономически целесообразны для производителя.

Для реализации проектного подхода требуется создание в дизайн-образовании крепких междисциплинарных связей. Необходимо изменить и роль дизайнера-педагога, он должен быть не тем, кто осуществляет доступ к знанию, а тем, кто вдохновляет и облегчает ориентацию для более плодотворной практики. Обоснование специфических целей дизайн-обучения должно основываться на глубоком изучении дизайна как профессиональной деятельности. Именно специфика профессиональной деятельности должна оказывать влияние на выбор содержания и определение условий процесса обучения.

УДК 687.016(091)

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КРУПНЕЙШИХ ЖУРНАЛОВ МОД XIX-XX ВЕКОВ: «HARPER'S BAZAR», «VOGUE», «L'OFFICIEL»

Н.А. Архипова

ГОУ ВПО «Московский государственный текстильный университет им.А.Н. Косыгина», г. Москва, Российская Федерация

Целью настоящей работы является изучение истории возникновения крупнейших журналов мод XIX-XX веков - «Harper's Bazar», «Vogue», «L'Officiel».

Иллюстрации мод XIX века демонстрировали два противоположных направления в жизни высшего общества: спортивные мероприятия и модные салоны.

Рисунки в иллюстративных блоках журналов мод выполнялись в технике: живописи (акварельной, темперной, гуашевой); рисунка (тушь, пастель); графики (линия, точка, пятно); коллажа.

До середины XIX века композициями обложек журналов мод являлись только шрифтовые композиции с иллюстративными эмблемами или символическими изображениями.

Иллюстрации на обложке в ряде случаев размещались по сюжету в комплексе с другими иллюстрациями и являлись заглавием к теме рубрики, но иногда размещались отдельно по тематике от всех содержащихся иллюстративных блоков в журнале.

К 1867 году, закончилась Гражданская Война в Америке, и в связи с увеличением досуга и развитием средств коммуникации значительная часть среднего класса устремила свои взгляды на моду Европы - превосходного вкуса.

Американские магазины импортировали из Франции платья, ткани и прочие изделия текстильной и легкой промышленности в расчете на клиентов, которые не могли ездить в Париж.

Именно в это время журнал «Harper's Bazar» - "Склад Моды, Удовольствия и Инструкции", как он себя позиционировал на обложке, впервые вышел 2 ноября 1867 года. Изданный в Нью-Йорке «Братьями Харперами», журнал выходил каждую субботу. Согласно опубликованной в первом номере журнала статье, цель издания состояла в том, чтобы объединить полезное с красивым, включая все, что будет интересно всему кругу семейства; журнал «Harper's Bazar» был ориентирован на женщин. Редакцией журнала была достигнута договоренность с ведущими Европейскими журналами, особенно с немецким «Der Bazar», о получении модных проектов заранее и издании их одновременно с Парижем, Берлином и другими европейскими городами. Подводя итог первой публикации «Harper's Bazar», можно констатировать, что журнал мод выходил с подробным иллюстративным и текстовым описанием гравюр черно-белого цвета, европейских моделей одежды.

«Harper's Bazar» существенно отличался от существующих американских журналов – «Godey's Lady's Book», «Peterson's Magazine», «Frank Leslie's Gazette of Fashion», «Cosmopolitan» и множества менее-известных журналов, в которых большинство страниц было по-