

Вторым направлением оптимизации является также системный метод в поиске оптимального решения через уточнение частных к общему – индуктивный метод. Он позволил разные, уже довольно изученные параметры (способствующие реализации отдельных выше указанных принципов), которые по отдельности использовались разными исследователями для нахождения лучшего дизайнерского решения, объединить в систему поиска оптимального решения – форму, функцию, цвет, материал, размер, масштаб, место, пространство, время, образ, стиль [1].

Заключение. Предлагаемый подход к решению основной задачи позволяет как оптимизировать сам поиск на пути создания проекта, так и объективизировать выбор оптимального решения из уже имеющихся альтернатив. В научно-педагогическом аспекте данная методика позволяет обучать студентов поиску оптимальных решений, а также самостоятельно усовершенствовать методику. Последнее оказывается возможно благодаря учету различных вариантов, в том числе и индивидуальности подхода в зависимости от своих пристрастий, и специфики заказчика, потребителя и зрителя.

Список литературы

1. Шимко, В.Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории / В.Т. Шимко. – Москва: Архитектура. – С. 2006. – 296 с.
2. Шимко, В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. / В.Т. Шимко. Москва: Архитектура. – С. 2004. – 160 с.

ИТАЛЬЯНСКИЙ ДИЗАЙН – ФЕНОМЕН XX ВЕКА

*А.И. Винокурова
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Дизайн, как детище XX века – лучший материал для понимания того нового и важного, что привнес уходящий век в мировую культуру. Именно в дизайне проявилась масса того нового, что дает право говорить о смене культурных формаций в истории человечества.

Английское слово «design» включает в себе двойной смысл - рисунок и проектирование, и прекрасно выражает явление, заключающееся в определенной функции предмета и в установлении всех фаз его изготовления - формальных, концептуальных и утилитарных. Значение слова «design» во второй половине XX века вошло заново в немецкий, французский и итальянский словари в значении «индустриальный дизайн», который в каждой стране имел свой путь развития [1].

Объектом внимания данного исследования стал итальянский дизайн, выделявшийся в активный период мировой дизайнерской практики рядом характерных черт, сильно повлиявших на европейский дизайн второй половины XX века.

Данное исследование позволит утвердиться во мнении, что итальянский дизайн абсолютно целостная система, с определенным процессом развития, в котором переплелись социальные, идеологические, психологические и эстетические факторы жизни общества.

Материал и методы. В процессе исследования используются общенаучные и конкретно-научные методы.

В рамках общенаучного структурно-функционального метода применяется: социокультурный и сравнительно-исторический анализ, объясняющие возникновение исследуемого явления и анализирующие основные этапы его развития. В

рамках данного метода выделяются конкретно-научные методы: искусствоведческий анализ, культурологический анализ, лингвистический структурный анализ. На основе структурного метода выстраивается определение специфики итальянского дизайна.

Основным материалом анализа является концептуально-теоретические построения итальянской проектной культуры, которые рассматриваются в сопоставлении с теоретическими и творческими концепциями дизайнерского проектирования других стран (Германии, США), а также научными, философскими и культурологическими концепциями.

Результаты и их обсуждения. Итальянский дизайн формировался на фоне сложных и критических моментов: период фашизма, переход Италии к демократии (результат Второй мировой войны), что приводило к постоянной смене эстетических взглядов в художественной культуре страны, связанных с бытовой направленностью и решением социальных проблем. Так послевоенное восстановление страны спровоцировало развитие художественного творчества по пути реализации социальной программы общегосударственного масштаба. Все внимание дизайнеров было направлено на решение социальных задач – удовлетворение насущных потребностей массового покупателя, что стало его особенностью. На волне послевоенного восстановления Италии и зародился бренд - «итальянский дизайн».

Уже в начале 60-х Европа и Америка носили итальянские костюмы, ездили на итальянских мотороллерах «Веспа» и «Ламбретта», пили кофе из итальянских кофеварок, спроектированных Джованни Понти [2].

Первая половина 60-х годов – время экономического чуда, когда ведущим стал «хороший дизайн». Именно в этой волне дизайн стал ориентироваться на средний класс, что позволяло дизайнерам обрести больше творческой свободы. Это был чрезвычайно важный этап в истории дизайна, когда, не утратив массового характера, дизайн встраивался в русло авторского, элитарного проектирования.

Стоит также отметить, что эволюция и становление итальянского дизайна не протекали в изолированности от мировых культурных процессов дизайна. В некоторой степени Италия опиралась на американский и немецкий дизайн, но в отличие от них, итальянский дизайн был образован в рамках старых традиций культуры и экономики, чье свободное экспериментирование привело в итоге к индивидуальным формам.

Нельзя забывать и о том, что итальянская система дизайна начала формироваться позже, чем в некоторых других странах. Фактически при отсутствии условий для ее существования, Италия сумела мастерски использовать «эффект отставания», выйдя на лидирующую позицию мирового дизайна. Как банально бы это не звучало, но возможно именно это «отставание» и способствовало формированию таких черт итальянского дизайна как: свобода действий, дух эксперимента, исключительная смелость, нестандартность решения.

«Если другие страны имеют теорию дизайна, то Италия – философию, даже идеологию дизайна» - считает Умберто Эко. Философия заключается в самом стиле жизни итальянцев, их умении быть лучшими посредниками между прошлым и будущим [3].

Несомненно, культурно-исторические предпосылки, климат и ландшафт способствовали формированию особого восприятия, которое нашло прямое отражение в дизайн - деятельности.

Нужно отметить, что дизайнеры, не смотря на отсутствие строгой методичности в работе, чуждость систематичности и научности, основываясь только на чутье, были способны дать совершенное по форме, конструктивное, функциональное решение любой задачи, восполняя ту отсталость и провалы, которые характеризуют итальянский институт дизайна. Большое внимание к форме, технологические эксперименты и изобретательность в области функциональности параметров изделия приводят их к уникальности в сфере эргономики. Проявляется нестандартность проектного мышления, индивидуализированное восприятие потребления, интерес к социально-психологическим параметрам.

Главные особенности, свойственные итальянскому дизайну, вне зависимости от времени и господствующего стиля: яркость идей, открытость к исследованиям и экспериментам, смелость в использовании новых материалов. В итальянском дизайне крайне высок эмоциональный аспект, объекты, созданные итальянскими мастерами чрезвычайно «человечны», им свойственна чувственность, ирония, часто они несут некий подтекст, мысль, заложенную дизайнером.

Следует отметить, что важнейшим источником и генератором этого феномена являются специфический тип проектного сознания, сама творческая концепция как структурный принцип проектного мышления, своего рода микросистема итальянского дизайна и культуры, которая и обеспечивает узнаваемость, целостность и единство итальянского дизайна при всех его разнообразных проявлениях.

Итальянский дизайн, сложившейся в национальную школу, стал частью процесса распада нормативных представлений о природе дизайна, присущих современному движению или модернизму, происходившему к концу 60-х годов во многих странах мира. Особая роль Италии как стимулятора этого процесса проявилась в заявлении всеобщего и плодотворного принципа формирования школ – органичности самоорганизации и самоопределения, отвержение определенных схем мышления.

Заключение. Подводя итог вышесказанному, очевидным становится тот факт, что профессиональная культура итальянского дизайна – закономерный целостный феномен, носителя определенной концепции и модели дизайна.

Список литературы

1. Simon J. The Penguin dictionary of design and designers. London: Lane, 1984.
2. Sparke P. Italian design 1870 to the present. London: Thames and Hudson, 1988. p. 86
3. Bornsen- Holtmann N. Italian design. Koln: Tashen, 1994. p.175.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В ДИЗАЙНЕ

*Т.В. Гончарова
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Определением понятия «художественный образ», изучением образных трансформаций в развитии средообразующих элементов в науке занимались специалисты в области эстетики, философы, реже искусствоведы, и практически отсутствовали работы по исследованию художественного образа в области дизайна.