

перадаць тое адчуванне ўбачанага, здзіўлення, душэўнай цяплыні, якую ён адчуў пры сустрэчы з незнаёмымі людзьмі, незнаёмымі месцамі па жывапісным узгоркам Венгрыі ў час паездкі з Усесаюзнай групай Камітэта міра ў 1985 годзе. Час для мастака не прайшоў дарма. Ён прывозіць шмат замалёвак алоўкам, пяром, накідаў людзей розных па прафесіі, у тым ліку і партрэт лётчыка-касманаўта СССР К.П. Феакцістава. Амаль на кожным малюнку стаіць аўтограф касманаўта і М. Глушко гэтым вельмі ганарыўся.

Расказ аб творчым шляху пра віцебскага мастака М. Глушко быў бы няпоўны, калі ні сказаць аб той каласальнай працы, якая зроблена ім у галіне панарамна-дыярамнага мастацтва. У творах панарамна-дыярамнага жывапісу знайшлі адлюстраванне гераічныя старонкі часоў Вялікай Айчыннай вайны, флора і фауна Бярэзінскага запаведніка. Яго з вялікім жаданнем запрашалі распрацоўваць накіды, макеты і прынімаць творчы ўдзел у мастацкім афармленні музея прыроды ў в. Домжарыцы Лепельскага раёна, музея біясфернага Бярэзінскага запаведніка, музея Народнай славы ў г.п. Шуміліна, Лепелі і іншых. Яго жывапісныя творы знаходзяцца ў музеі Бягомальскай СШ № 2, музеі СПТВ г.п. Улла, музеі Народнай славы г. Бешанковіч, Гарадка і іншых музеях вобласці. Шмат сваіх жывапісных палотнаў мастак перадаў у фонд міру, частным аматарам алейнага жывапісу.

Кожную раніцу мастак спяшаўся ў сваю творчую майстэрню, дзе так старанна ён працаваў над мастацкімі творамі, у якіх увасабляецца вялікая любоў да мастацтва. У майстэрні мастака была шмат новых твораў. Некаторыя з іх так і не завершаны, чакалі сваёй чаргі. Аднак і на той стадыі можна меркаваць пра іх цеплыню колераў, якія нясуць у сабе багацце адценняў, нюансу, найтанчэйшых пераходаў тону.

Такім чынам, творчасць М. Глушко сцвярджае рэалістычныя прынцыпы мастацтва. Яго жывапісныя пейзажы, тэматычныя палотны пранікнуты глыбокай эмацыянальнасцю і дакументальнай праўдзівасцю. Апошнія мастацкія выстаўкі ў Маскве, Мінску, Віцебску, Полацку, а таксама ў Польшы і другіх месцах сведчаць пра вялікі творчы поспех жывапісца М. Глушко – аднаго з прадаўжальнікаў традыцый віцебскай мастацкай школы, былога выпускніка мастацка-графічнага факультэта Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя П.М. Машэрава



УДК 378.147;747:378.036

ТВОРЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ДИЗАЙНЕРА

Шилович Ю.С.

ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Ключевые слова: *развитие дизайнера, самообразование и мотивация, творческая деятельность, поиск вдохновения, генерация идей, идеальное решение.*

«Не думаю, что думать можно научить любого. Но каждого пятого – можно. А каждого второго из каждого пятого можно научить придумывать то, что называется дизайном».

Важнейшей особенностью дизайнера является умение генерировать идеи и воплощать их, будь это графический дизайн, дизайн интерьера или веб-дизайн.

Сложность заключается в том, что в дизайне нет жестких правил. Если бы хороший дизайн сводился к ограниченному набору четких правил, то художников и дизайнеров уже давно вытеснили бы компьютеры, а все рекламные буклеты, книги, брошю-

ры, информационные бюллетени и постеры выглядели бы одинаково. Скучное однообразие погубило бы их оригинальность и визуальную привлекательность!

Каждый может купить все, что необходимо дизайнеру для работы, – персональный компьютер и программное обеспечение для верстки. Нет необходимости нанимать кого-то, чтобы изготовить визитную карточку, рекламный модуль, информационный бюллетень или полноцветный буклет. Все это можно сделать самостоятельно, затратив лишь небольшую часть того времени, которое требовалось для этого раньше. Безусловно, дизайн «сделай сам» возможен, но необходимое для этого мастерство приобрести намного сложнее, чем оборудование. Современные программы верстки помогут начинающим художникам приобрести навыки дизайнера.

Согласитесь, каждый бы хотел найти ту формулу, которая позволила ему создавать интересные и эффективные проекты раз за разом, с первого раза попадая в точку, соответствуя требованиям заказчика, современным тенденциям и потребностям целевой аудитории. И прочитав какую-либо книгу по дизайну, прослушав лекцию или урок, мы думаем: «вот она – эта секретная формула, сейчас я быстро и без труда смогу решить даже самые сложные задачи», но на практике все выходит иначе. То, что подходит для решения одной задачи, совершенно неприемлемо в другой, оно просто не работает. И вы снова и снова направляетесь на поиски новой концепции или ждете вдохновения, затягивая проект на недели.

Творческое мышление, как и талант, не дается человеку с рождения, как принято считать. Врожденными могут быть только некоторые анатомические и физиологические особенности организма, образующие различия между людьми – задатки. Это лишь природные предпосылки, которые могут совершенствоваться в определенных условиях развития и деятельности людей и тем самым обеспечить успех в определенной деятельности.

Для каждого человека, который хочет достичь определенных высот в сфере дизайна, важную роль играет самообразование. Каков бы ни был уровень вашего мастерства, он все-таки может быть выше, чем вы думаете.

В школе или университете нельзя научиться всему. Вот почему вам, если вы хотите быть успешным дизайнером, нужно беспрестанно учиться всю жизнь.

Для того чтобы стабильно решать дизайнерские задачи, необходимо обладать определенными знаниями. Идеи не берутся из воздуха, соответственно, чем больше качественной и полезной информации вы вложили себе в голову, тем больше идей вы сможете выдать в итоге. Важно развиваться всесторонне, чтобы сформировать в себе, прежде всего, мыслящую личность, делового человека, подготовленного специалиста. И только потом можно приступать к традиционным занятиям по дизайну. Чтобы реализовать свои знания на практике, должен быть хороший стимул, внутренняя энергия и интерес к своему делу.

Знания, умения, навыки, необходимые дизайнеру:

Знание основных дисциплин в области дизайна (типографика, цветоведение, колористика, основы композиции, стили в дизайне и др.). Прежде всего, это помогает работать осознанно. Например, можно долго подбирать цвета или шрифты друг к другу и, если хорошо развито чувство вкуса, то в конечном итоге вы найдете хорошее сочетание. А изучив основы, вы уже знаете базовые принципы и способы сочетания и организации в проекте. Но это не мешает вам экспериментировать. Не следует слишком сильно заикливаться на правилах, превращая дизайн в методическое пособие, и в абсолютно всех макетах применять принцип «золотого сечения».

Специальные знания в области, в которой вы работаете или собираетесь работать. Например, в полиграфии необходимо иметь представление о технологии печатных

процессов и допечатной подготовке, полиграфических материалах и оборудовании, знать теорию цвета и цветовоспроизведения и т.д.

Владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Corel Draw, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги). Это инструменты, и хороший дизайнер должен владеть ими в совершенстве. Не меньшее значение имеет способность дизайнера выбрать подходящие инструменты для конкретного проекта.

Владеть навыками эффективного вербального и невербального общения, уметь слушать заказчика, идти с ним на компромисс, ставить перед собой правильные задачи и искать пути их решения на основании потребностей целевой аудитории.

Обладать знаниями в области психологии, бизнеса, рекламы. Разрабатывая что-либо, например, упаковку молока, дизайнер в первую очередь решает задачу привлечения покупателей (упаковка должна соответствовать своей начинке, быть информативной, удобной и т.д.). Еще отчетливее это прослеживается в рекламной продукции.

Таким образом, в профессии дизайнера любого профиля существуют две особенности, которые необходимо учесть. Во-первых, дизайнер должен уметь контролировать весь процесс подготовки проекта; во-вторых, быть специалистом в смежных областях (технологии процесса изготовления изделий, маркетинге, рекламе, PR).

Дизайнер должен уметь решать задачи, соответствующие его квалификации:

в области гуманитарного и социально-экономического знания:

– должен обладать знаниями, полученными при изучении гуманитарных и социально-экономических дисциплин, а также уметь применять их в своей профессиональной деятельности;

по обще профессиональным дисциплинам:

– ориентироваться в специальной литературе, как по профилю своего вида творчества, так и смежных областях культуры и искусства;

– обладать знаниями основных закономерностей развития искусства и культуры;

– понимать специфику выразительных средств различных видов искусства;

– владеть практическими навыками различных видов изобразительного искусства;

по специальным дисциплинам

– понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии;

– уметь всесторонне анализировать конечные результаты деятельности дизайнера;

– иметь опыт реализации художественного замысла в практической деятельности

дизайнера;

– иметь представления о процессе художественно-промышленного производства;

– обладать знаниями методов организации творческой и производственной деятельности коллектива, умениями передавать собственный опыт и навыки по созданию художественно-промышленных ценностей.

Физически невозможно достичь совершенства во всех областях дизайна. Необходимо выбрать направление дизайна, которое вам наиболее интересно и ещё 2–3 смежных направления. Упорно трудитесь в выбранном направлении в свободное от основной работы время. Создавайте собственные проекты, рисуйте «ваш ответ» на дизайнерские решения известных торговых марок и т.д. Одним словом, придумайте задачу и решите её. Главное, чтобы у вас появлялось больше качественных работ в вашем стиле без «давления сверху».

Откройте свой сайт с портфолио. Выставляйте свои работы на других сайтах, участвуйте в обсуждениях, ищите единомышленников, критиков, заказчиков. В конечном итоге вы повысите уровень работ, появятся команда единомышленников и заказы. Дальше решайте сами: стать фрилансером или устроиться в хорошую дизайн-студию.

Мотивация

Вероятно, на Земле не существует ни одного человека, который не сталкивался в своей жизни с отсутствием желания делать что-либо, даже если это весьма важное и срочное дело. Однако, чтобы развивать свой творческий потенциал, нам нужно трудиться стабильно, ежедневно, соразмерно ожидаемой прибыли и растущим требованиям.



Интерес – король мотивации. Интерес – это чувство захваченности, зачарованности, любопытства. У индивида, испытывающего эту эмоцию, существует желание исследовать, вмешиваться, расширить опыт путем включения новой информации и подойти по-новому к объекту, возбуждающему интерес. При интенсивном интересе человек чувствует себя воодушевленным и оживленным. Именно это оживление обеспечивает связь с познавательной и двигательной активностью.

Интерес – это, так называемая, внутренняя мотивация. Сложно продуктивно работать, когда нам безразлично, что получится в итоге, как говорится «лишь бы сделать». Прежде всего, перестаньте отделять от себя ваши проекты. Этот проект перестает быть проектом заказчика с того момента, как он передает заботу о нем вам. Теперь это ваш личный проект.

Интерес очень важно поддерживать. Если нет целей - внутренняя мотивация угасает. Необходимо находить для себя что-то новое и интересное, стремиться постигнуть это. К тому же новые знания помогут внести «изюминку» в ваши работы, добавив то, что не типично для вашей сферы деятельности. Да и вам будет интереснее находить решение незаезженными способами.

Можно мотивировать себя чтением биографий людей, которыми вы восхищаетесь или которые многого достигли в своем творчестве, отправиться в путешествие, на прогулку, просто пойти домой другой дорогой – все это даст свой результат. Человеку необходимы перемены, чтобы не терять интерес. Ведь как проходит типичный рабочий процесс? Начинается все с того, что заказчик скидывает дизайнеру техническое задание или заполняет какой-нибудь бриф. Дизайнер задает типичные вопросы о фирменном стиле и пожеланиям по цветам. Потом оговаривает с заказчиком срок подготовки макета, открывает Photoshop и пытается что-то сообразить из того что есть. Придумывает пару идей, пробует пару вариантов, выбирает лучший и отправляет заказчику на утверждение. Получает правки по проекту, впадает в депрессию, доделывает то, что требуют и спокойно выдыхает. Неудивительно, что проработав так год-два, дизайнер выдыхается и мечтает сменить сферу деятельности.

В общем итоге, вы должны вырваться из рамок ваших стандартных рабочих процессов. Не оставаться один на один с вашим инструментарием на протяжении всего времени. Нужно экспериментировать, чтобы быть свободными в своей работе. Вы можете придумать и построить свою работу так — как захотите. Главное, чтобы вам было интересно.

Способы генерации идей

Основным способом решения творческих вопросов является поиск новых идей. Для их поиска порой затрачивается неимоверное количество ресурсов, однако найти верное решение удается не всегда. Представленные техники от известных авторов помогут вам лучше ориентироваться в потоке мыслей и довести до логического изъяснения заветную идею.

Мозговой штурм. Автор – Алекс Осборн.

Основной принцип состоит в том, чтобы развести во времени генерацию идеи и ее критику. Каждый участник выдвигает идеи, другие пытаются их развивать, а анализ полученных решений проводится позже. Иногда используют «немой» вариант мозгового штурма – брейнрайтинг, когда идеи записываются на листке бумаги, который участники передают друг другу, внося новые возникшие соображения.

Шесть шляп. Автор – Эдвард де Боно.

Методика позволяет упорядочить творческий процесс с помощью мысленного надевания одной из шести цветных шляп. Так, в белой человек беспристрастно анализирует цифры и факты, затем надевает черную и во всем ищет негатив. После этого наступает очередь желтой шляпы – поиска позитивных сторон проблемы. Надев зеленую, человек генерирует новые идеи, а в красной может позволить себе эмоциональные реакции. Наконец, в синей подводятся итоги.

Ментальные карты. Автор – Тони Бьюзен.

По его мнению, креативность связана с памятью, а значит, укрепление памяти улучшит и качество креативных процессов. Однако традиционная система записи с заголовками и абзацами препятствует запоминанию. Бьюзен предложил поместить в центр листа ключевое понятие, а все ассоциации, достойные запоминания, записывать на ветвях, исходящих от центра. Не возбраняется подкреплять мысли графически. Процесс рисования карты способствует появлению новых ассоциаций, а образ получившегося древа надолго останется в памяти.

Синектика. Автор – Уильям Гордон.

Гордон считает, что основной источник креативности – в поиске аналогий. Сначала нужно выбрать объект и нарисовать таблицу для его аналогий. В первый столбец записывают все прямые аналогии, во второй – не прямые (например, отрицание признаков первого столбца). Затем нужно сопоставить цель, объект и не прямые аналогии. Скажем, объект – карандаш, задача – расширение ассортимента. Прямая аналогия – объемный карандаш, ее отрицание – плоский карандаш. Результатом будет карандаш-закладка.

Метод фокальных объектов. Автор – Чарльз Вайтинг.

Идея состоит в том, чтобы объединить признаки разных объектов в одном предмете. Например, взяли обычную свечу и понятие «Новый год». Новый год ассоциируется с искрящимся бенгальским огнем, этот признак можно перенести на свечу. Если бенгальскую свечу стереть в порошок и добавить его в воск, получится «новогодняя» свеча с искрящейся крошкой внутри.

Морфологический анализ. Автор – Фриц Цвикки.

Объект нужно разложить на компоненты, выбрать из них несколько существенных характеристик, изменить их и попытаться соединить снова. На выходе получится новый объект. Например, нужно придумать визитную карточку для парфюмерной компании. Если изменить классическую прямоугольную форму и воздействие на органы чувств, может получиться треугольная визитка с запахом парфюма.

Непрямые стратегии. Авторы – Брайан Эно и Питер Шмидт.

Берется колода карт, на которых записан набор команд (например, «дай волю злости», «укради решение» и др.). Во время создания новой идеи нужно вытаскивать карту и пытаться следовать ее указаниям.

Автобус, кровать, ванна.

Метод основан на убеждении, что новая идея не только зреет в глубинах подсознания, но и активно рвется наружу. И чтобы она проявилась, надо лишь не мешать ей. Новая идея может прийти в голову где угодно, даже в малоподходящих для этого местах. Классический пример – Архимед с его ванной.

Расшифровка.

Берется непонятная надпись на чужом языке – скажем, иероглифы. В голове человека, который ее рассматривает, будут рождаться разные ассоциации. Один преподаватель, например, «увидев» воду и три круга, решил открыть свое дело и занялся доставкой устриц.

Ловушка для идей. Этот прием подразумевает инвентаризацию всех возникающих идей: их можно наговаривать на диктофон, фиксировать в тетради и т. п. А потом при необходимости обращаться к своим записям.

Вдохновение надо искать. Приучать себя анализировать чужие работы. Научиться отличать удачный дизайн от неудачного. Если взгляд привлекло меню в ресторане, задержаться на секунду и подумать, чем оно нравится. Рекламное объявление в газете кажется невнятным и бестолковым – выясните, почему оно не справляется со своей задачей.

Важно иметь папку с образцами. Почти у каждого опытного художника есть папка, содержащая работы, которые ему нравятся. Сохранять копии работ, которые приятно поражают, так сказать, цепляют. И не уставать пополнять эту коллекцию, даже если найденный экземпляр не имеет отношения к текущему проекту.

Идеальное решение

Очень важно усвоить разницу между решением потрясающим и эффективным. – Катрина Дюлей.



Успех в творческой деятельности



Идеальное решение

Успешные дизайнеры всегда находят время, чтобы почувствовать среду, в которой они работают, и аудиторию, которой адресовано их творчество. Важно понимать, что именно делает ту или иную работу успешной, также необходимо всегда чувствовать окружающий вас контекст. Иначе говоря, нельзя творить в вакууме.

Подведем итоги:

- Быть учеником на протяжении всей жизни – это ключевой фактор в успешной творческой деятельности и в удовлетворении клиентов. И всякий раз, столкнувшись с дизайном, который вам нравится, спросите себя, как дизайнер применил свое умение, чтобы установить контакт с конкретной аудиторией
- Чтобы реализовать свои знания на практике, должен быть хороший стимул, внутренняя энергия и интерес к своему делу.
- Чем больше вы узнаете о дизайне, тем отчетливее поймете, что в нем нет волшебного универсального метода. Лучшие дизайнеры отлично владеют искусством соединять базовые графические элементы разными способами, чтобы донести свою главную мысль до разных аудиторий.

Литература

1. Монтейро, М. Дизайн – это работа. – Пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. Эйри, Д. Дизайн для души.– Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013.
3. Уэйншенк, С. 100 главных принципов дизайна. – Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2012.
4. Парке, Р. Как сделать красиво на бумаге, 2е издание.– Пер. с англ.– СПб: Символ-Плюс, 2007.
5. <http://habrahabr.ru>
6. <http://www.adme.ru>
7. <https://ru.wikipedia.org>

•••••