

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории и
педагогике искусства

«Бренд г.Саратова» в искусстве дизайна XXI века
АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 5 курса, 522 группы Института искусств
по направления подготовки 50.03.03 «История искусств»

Горшковой Марии Валентиновны

Научный руководитель
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории, истории и
педагогике искусства

_____ Е.П. Шевченко

Заведующий кафедрой ТИПИ
доктор педагогических наук, профессор

_____ И.Э. Рахимбаева

Саратов, 2020 г.

Введение

Развитие дизайна как вида искусства получило широкое распространение в современной культуре. Творчество дизайнера подчас приобретает философское значение, потому что, он в своей деятельности оперирует знаками и символами, отвечающими «духу цивилизации». Дизайн способствует возникновению нового эстетического языка предметно-пространственной культурной среды.

Слово «design» появилось в XVI веке, конечно, в те далекие времена смысл его сильно отличался от того, что мы подразумеваем под дизайном сегодня. До появления промышленного производства оставалось более двух веков, и итальянское выражение «disegno intero» (концепция, идея произведения искусства) имело отношение исключительно к искусству, означая божественное вдохновение, снизошедшее на художника. Оксфордский словарь 1588 года более конкретен: дизайн – это «задуманный человеком план или схема чего-то, что будет реализовано, первый набросок будущего произведения искусства».

В современном мире понятие «дизайн» используется в различных областях жизнедеятельности человека: пошиве одежды и изготовлении промышленных аппаратов, макияже и строительстве линий электропередач. Функциональная сторона дизайна самая многозначная, в отличие от других видов искусства. До сих пор существуют споры по поводу того, считать ли дизайн искусством, и что вообще можно отнести к дизайну. Появление разных точек зрения обусловлено тем, что предметы дизайна очень отличаются друг от друга функциями, формой, фактурой, техникой изготовления и т.д. Иногда кажутся несопоставимыми целые группы предметов дизайна, как, например, дизайн одежды и дизайн посуды, и, например, легкой промышленности. Возникает сложность не только в выделении художественно-эстетической ценности дизайна, но и в определении самого понятия.

Теоретики-искусствоведы неоднократно определяли проблему социального значения дизайна, отмечали его воспитательную, культурную и гедонистическую функции. Культурологи, искусствоведы традиционно рассматривают дизайн, как специфический вид искусства, наряду с декоративно-прикладным и изобразительным искусством, ремеслами и архитектурой. Эта позиция рассматривается в работах ученых-искусствоведов: Ю.В. Алексеева, Ж. Гассио-Таламбо, С.С. Гольдентрихт, З.И. Гершковича, А.Ф. Еремеева, А.Я. Зись, О.И. Нестеренко, Г.Н. Поспелова и других.

Теория дизайна, которая образовалась на стыке философии, антропологии, эстетики, истории технических открытий, эргономике предполагает изучение общих закономерностей, специфики, особенностей, видов и функций выразительных возможностей современного состояния дизайна. Но, окончательно теория дизайна не сложилась и находится в стадии разработки таких ученых как: Г. Ватерман, Н.В. Воронов, Е.В. Жердев, И.А. Маца, С.М. Теремин и др. Авторские разработки культурологов обозначили культурную миссию дизайна, начиная с XIX века, а, также выявили возрастающую роль дизайна в современном обществе, его участия в формировании социальной среды, коммуникативных процессов, обеспечивающих связь между «человеком и человеком», «человеком и обществом», «человеком и вещью».

Начиная с XIX века формируются основные функции дизайна: технологическая, эргономическая, рекламная, гедонистическая, социальная. Возросла значимость продукта дизайна, вырастает спрос на художников-дизайнеров, что характеризует востребованность деятельности данных специалистов в современном обществе.

Деятельность автора ВКР как дизайнера началась после окончания Саратовского художественного училища имени А.П. Боголюбова (специальность «Дизайн»), сначала в полиграфии, где она смогла на личном

опыте применить полученные во время обучения знания. Работа автора ВКР, как дизайнера, заключалась в формировании макета в соответствии с требованиями клиентов-заказчиков, разработкой так называемого фирменного стиля и его проекцией на сувенирную продукцию.

Цель исследования – создание авторского проекта «Бренд г.Саратова».

Задачи:

- Изучить искусствоведческую, методическую и специальную литературу по теме исследования; на основе ее анализа уточнить понятие «дизайн».
- Проследить истоки возникновения дизайна и его современное состояние: виды, структуру, выразительные возможности.
- Проанализировать работу дизайнера в России.
- Разработать дизайн-проект «Бренд г.Саратова».

Методологическую основу исследования составляют труды: Е.М. Фандеевой, Е.В. Жердева, А.Н. Лаврентьева, Н.В. Воронова и других

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные теоретические положения и результаты выпускной квалификационной работы были изложены автором в докладах на четырех конференциях:

- Доклад «Симметрия и асимметрия в дизайнерском искусстве» // Десятая научная студенческая конференция Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 19 апреля 2021 года;
- Доклад «Дизайн в современном мире» / VIII Международная научно-практическая конференция студентов, бакалавров, магистрантов и молодых ученых «Развитие личности средствами искусства» г. Саратов, 14-15 мая 2021 года;
- Доклад «Приложение “LUME”» Одиннадцатая научная студенческая конференция Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 20 апреля 2022 года.

- Доклад «Веб-дизайн. Традиции и современность» / XIX Международная научно-практическая конференция студентов, бакалавров, магистрантов и молодых ученых «Развитие личности средствами искусства» г. Саратов, 20-22 мая 2022 года.

В трех статьях:

- «Формирование эстетической культуры личности посредством развития дизайнерского мышления» // Материалы научно-методического издания «Современные технологии обучения и воспитания в художественном образовании» (15 марта 2019 года) / Под общ. ред. Л.Н. Мещановой и О.Ю. Козинской. - Саратов, 2019. - 275 с. С.49-54

- «Взаимосвязь дизайна и психологии в современном мире» // Материалы научно-методического издания «Современные технологии обучения и воспитания в художественном образовании» (13 октября 2021 года) / Под общ. ред. Л.Н. Мещановой и О.Ю. Козинской. - Саратов, 2021. - 278 с. С.37-41

- «Дизайн в современном мире» // Материалы VIII Международной научно-практической конференции студентов, бакалавров, магистрантов и молодых ученых «Развитие личности средствами искусства» (14-15 мая 2021 года) / Под общ. ред. Ю.Ю. Андреевой и И.Э. Рахимбаевой. - Саратов: Саратовский источник, 2021. - 440 с. С.390-396. РИНЦ

Структура выпускной квалификационной работы: введение, основная часть, состоящая из 2 глав, заключение, список использованных источников в количестве 39 штук, 2 приложения.

Основное содержание работы

В первой главе работы «"Бренд г.Саратова" в искусстве дизайна XXI века» обозначены и изучены:

1. История появления дизайна
2. Виды дизайна

В первом параграфе проанализирован современный подход к определению дизайна продемонстрированный Е.Н. Лазаревым, указавшим, что «этимологически понятие «дизайн» охватывает несколько смысловых рядов. Первичный ряд характеризует декоративную сторону дизайна: узор, орнамент, декор, украшение, убранство. Ко второму ряду относятся проектно-графические трактовки: набросок, эскиз, рисунок, проект, чертеж, конструкция. Третий ряд, выходящий за рамки прямого проекта, – понятия, предвосхищающие: план, предположение, замысел, намерение. Наконец, четвертый ряд определений – неожиданно «драматический»: затея, ухищрение, умысел и даже интрига.

На сегодняшний день объектами дизайна являются не конкретные изделия, а потребности, наличие спроса на выполнение какого-либо вида деятельности или утилитарной функции. На этой основе сформулировано следующее определение. «Дизайн – это специфическая сфера деятельности по разработке (проектированию) предметно-пространственной среды (в целом и отдельных ее компонентов), а также жизненных ситуаций с целью придания результатам проектирования высоких потребительских свойств, эстетических качеств, оптимизации и гармонизации их взаимодействия с человеком и обществом».

Второй параграф посвящен авторскому делению задач дизайна, касаемо конкретных дизайнерских продуктов и их реализации в социуме, на три большие группы. Дизайн продукта, Дизайн интерфейса и Визуальный дизайн. Отличаются они объектом, к которому применяются знания сферы дизайна. Для успешной реализации проекта с нуля требуется сочетание всех трёх групп. Дизайн как вид искусства, как явление истории и искусства можно рассматривать с различных сторон и с разных точек зрения. Эволюция стилей вызывает смену форм в зависимости от культурно-исторических эпох и художественных открытий. Функциональная сторона дизайна помогает взглянуть на вещь не только с позиции условий ее использования, но и в

отношении изобретательности ее создателя. Конструктивная сторона обусловлена традициями в области пространственных, динамических, модульно-геометрических структур. Коммуникативная сторона раскрывает изделия с позиции социума, его потребностей и взаимоотношений. Технологическая сторона связана с изучением, внедрением различных технологий, которые помогают наилучшим способом достичь цели. Художественно-эстетическая сторона раскрывает ценностный аспект вещи, ее индивидуальность и изысканность.

Вторая глава «"Бренд г.Саратова" в искусстве дизайна XXI века» содержит:

1. Работа дизайнера в России
2. Авторский проект «Бренд г.Саратова»

В первом параграфе рассматривается дизайн в России. Дается решение проблемы недоверия к бренду на основе русского менталитета. Единственное, чего люди никогда не потерпят в мире рекламы, – это ложь. Было бы полезно, если бы бренд всегда был прозрачным в объявлениях, которые создаются для всех услуг и продуктов. Не нужно делать предложения или обещания, которые не получится выполнить. Нужно убедиться, что целевая аудитория полностью информирована обо всех аспектах бренда. Когда люди узнают, что создатели бренда честны в своих действиях, они будут больше доверять и станут постоянными клиентами.

Во втором параграфе рассматривается подробно авторский проект «Бренд г.Саратова». Хороший художник находит для себя уникальный набор приёмов, которые ему нравятся, и которые лучше всего помогают перенести на холст его внутренний мир. Каждый выдающийся художник имеет свой неповторимый стиль. Именно поэтому мы всегда отличим Репина от Саврасова, Дали от Пикассо, Мане от Ренуара. В дизайне такое бывает намного реже. Даже самые известные брендинговые агентства делают такие

проекты, по которым почти невозможно визуально установить авторство. Тем не менее, такое явление, как «свой стиль», в дизайне присутствует.

В авторском проекте «Бренд г.Саратова» присутствует стиль дизайнера, вдохновлённый годами проживания и обучения именно в этом городе. Всё, представленное в данной работе, является плодом долгих наблюдений и анализа ситуации в регионе. Поэтому при выборе исполнителя для проекта следует отдавать предпочтение людям знакомым со всеми нюансами города. На первый взгляд может показаться что потребитель не сможет распознать руку дизайнера. Но когда местные жители начнут изучать проект обязательно «всплывут» все неточности, которые до этого были незаметны, поскольку именно горожане знают свой город, как никто другой. Таким образом проект является не просто набором графических элементов, а самодостаточным руководством к визуальному развитию фирменного стиля Саратова. Внутри проекта содержатся все важные пункты для старта и намечены проекты для развития социальной жизни горожан и гостей города. Данный факт позволяет развивать имеющиеся идеи в самостоятельные проекты, что является отличительной особенностью хорошей работы дизайнера.

В работе дизайнера самым важным этапом является не придуманная концепция, а итоговые файлы, гайдлайн и возможность дальнейшей реализации проекта.

Работа по созданию бренда города Саратова вдохновила автора на создание Приложения «SarGo» для ознакомления с самыми лучшими местами города через смартфон, которая стала неким продолжением начатого. Таким образом закрывается потребность города в популяризации маршрутов и достопримечательностей. Так же развлекает гостей города позволяя не дожидаться экскурсий, а ознакомиться с городом в любое удобное время. Более того, приложение содержит иллюстративный материал, сопровождаемый текстом, что создаёт возможности для «сарафанного радио»,

ведь если пользователю понравился маршрут – он сможет показать его своим друзьям и родственникам.

Заключение

Дизайн – одно из явлений, которое не только охватывает различные области и сферы человеческой жизнедеятельности, но и синтезирует опыт многих видов искусства (живописи, скульптуры, архитектуры, декоративно-прикладного искусства, графики). Невозможно быть дизайнером, не зная основ изобразительной грамоты, не владея конструктивными приемами, техниками пластики. В своей работе дизайнер использует арсенал самых разных средств (техническое конструирование, композиционное построение, преобразование форм, стилеобразование, функциональный анализ, концептуальные модели предметно-пространственной среды), направленных на определение общекультурных, художественно-образных аспектов предметного мира. С их помощью дизайнер решает разные задачи:

- социокультурные – выявление общественных потребностей в различных сферах жизни и удовлетворение их путем преобразования социальной и культурной среды;

- художественно-эстетические – выделение в предметах дизайна художественной образности с целью визуального воздействия на эстетическую культуру пользователей;

- конструктивно-технологические – выявление несоответствия между конструкторско-технологической характеристикой предметов дизайна и новыми потребностями общества, а также устранение данного несоответствия путем применения новых технологий в области моделирования и конструктивного творчества;

- практически-утилитарные – разработка и внедрение изделий, имеющих внеличностный характер, т. е. предметов дизайна, которые не могут быть приобретены в личное пользование;

- антропологические – определение значимости предметов дизайна для жизнедеятельности человека и степени влияния их на повышение уровня комфортности и безопасности предметной среды.

Если рассматривать дизайн с точки зрения его практико-эстетических характеристик, то можно говорить, что уже древний человек был дизайнером. В последующие эпохи существовали предметы дизайна, однако их относили к прикладному и декоративно-прикладному искусству. Поскольку все они были разрознены, отличны друг от друга, не связаны единой концепцией, отсутствовала научно-теоретическая основа обоснования дизайна. Факт выделения дизайна из прикладного искусства никто не отрицает, однако оба вида продолжают существовать.

Объединяющие черты этих направлений очевидны. Отличия состоят в следующем:

Во-первых, дизайн направлен на удовлетворение практических потребностей и только потом эстетических. Декоративно-прикладное искусство в основе своей преследует реализацию эстетических задач, которые не всегда имеют практическое значение. Например, дымковские игрушки очень красивые, интересные, разнообразные, но играть с ним в быту нельзя, поскольку они хрупки и могут от неосторожного движения разбиться.

Во-вторых, предметы дизайна футуристичны, то есть направлены на будущее. Их появление и внедрение в практическую жизнь людей связано с отказом от устаревших форм, прежних технологий и созданием на их основе новых предметов среды. Декоративно-прикладное искусство особо ценно тогда, когда оно сохраняет традиции и создает произведения на основе устоявшихся канонов. Например, чертежи Леонардо да Винчи характеризовали его взгляд на будущее, но не на прошлое.

В-третьих, в дизайне по отношению к декоративно-прикладному искусству доминирует технологичность процесса получения продукции и их большая серийность. Декоративно-прикладное искусство хотя и допускает

использование механизмов для изготовления предметов искусства, но ручной труд остается главной составляющей творческого процесса. И, несмотря на то что в некоторых промыслах допускается повторение сюжетов и мотивов, произведения все равно отличаются, пусть незначительными элементами, друг от друга, поскольку мастер не может полностью повторить рисунок. То есть произведения декоративно-прикладного искусства можно считать единственными в своем роде.

Безусловно, и дизайнеры и художники имеют дело с визуальными образами. Другое дело, что для художника творчество – это акт свободного самовыражения, независимого от каких бы то ни было рамок и условий, кроме внутренних. Деятельность дизайнера – работа, в которой преобладает аналитическое мышление, нежели творческая составляющая. В работе дизайнера обычно множество ограничений. Причём, как правило, чем их больше, тем интереснее финальный результат. Самый страшный проект для дизайнера – тот, в котором можно творить, что хочешь. У художника всё прямо противоположно.

Хороший художник находит для себя уникальный набор приёмов, которые ему нравятся, и которые лучше всего помогают перенести на холст его внутренний мир. Каждый выдающийся художник имеет свой неповторимый стиль. Именно поэтому мы всегда отличим Репина от Саврасова, Дали от Пикассо, Мане от Ренуара. В дизайне такое бывает намного реже. Даже самые известные брендинговые агентства делают такие проекты, по которым почти невозможно визуально установить авторство. Тем не менее, такое явление, как «свой стиль», в дизайне присутствует.

В авторском проекте «Бренд г.Саратова» присутствует стиль дизайнера, вдохновлённый годами проживания и обучения именно в этом городе. Всё, представленное в данной работе, является плодом долгих наблюдений и анализа ситуации в регионе. Поэтому при выборе исполнителя для проекта следует отдавать предпочтение людям знакомым со всеми нюансами города.

На первый взгляд может показаться что потребитель не сможет распознать руку дизайнера. Но когда местные жители начнут изучать проект обязательно «всплывут» все неточности, которые до этого были незаметны, поскольку именно горожане знают свой город, как никто другой. Таким образом проект является не просто набором графических элементов, а самодостаточным руководством к визуальному развитию фирменного стиля Саратова. Внутри проекта содержатся все важные пункты для старта и намечены проекты для развития социальной жизни горожан и гостей города. Данный факт позволяет развивать имеющиеся идеи в самостоятельные проекты, что является отличительной особенностью хорошей работы дизайнера.

В работе дизайнера самым важным этапом является не придуманная концепция, а итоговые файлы, гайдлайн и возможность дальнейшей реализации проекта. В общем, дизайн – скорее ремесло, чем искусство, и тем не менее, художник и дизайнер – профессии родственные. Каким бы возвышенным ни было создание шедевров живописи, в ней огромную роль играют технические моменты, и каким бы практичным ни был дизайн, в нём важное место занимает творчество и вдохновение.