

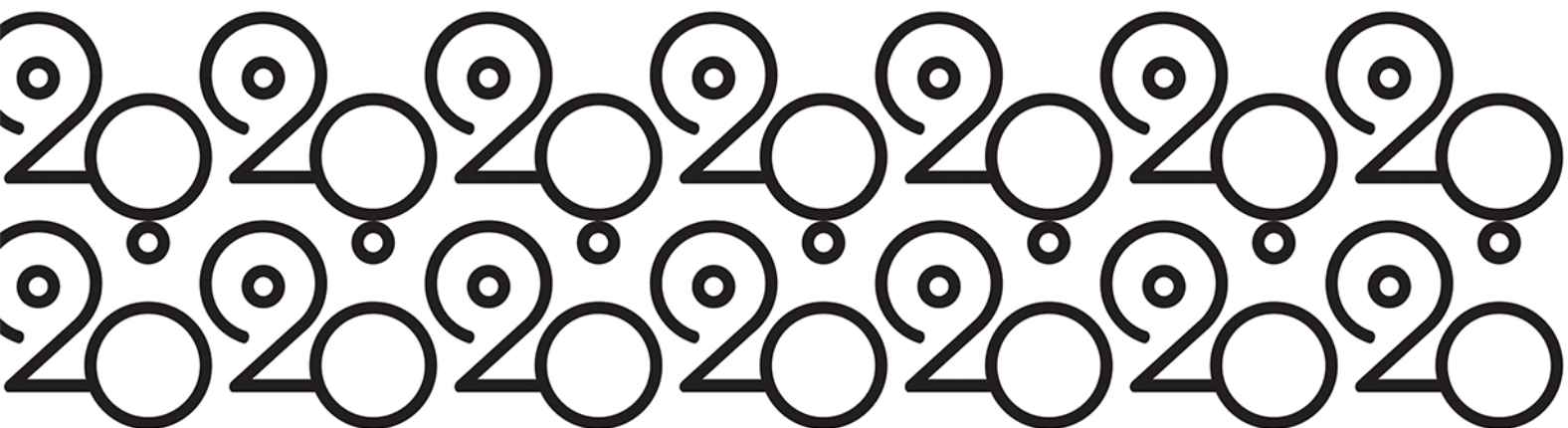
VI международная
научно-практическая
конференция

Современный дизайн и проблемы высшей школы дизайна

сборник материалов

Национальный
Институт
Дизайна

СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ДИЗАЙНА

СОЮЗ ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ

КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ
И МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

VI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

«СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН

И ПРОБЛЕМЫ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ДИЗАЙНА»

Конференция посвящена 20-летию

НАЦИОНАЛЬНОГО ИНСТИТУТА ДИЗАЙНА

МОСКВА, 2020

УДК 658.512.2 658.512.23

ББК 30.18

С 56

Рецензент: кандидат искусствоведения, профессор В.Е. Барышева

С 56 Современный дизайн и проблемы высшей школы дизайна: сборник материалов шестой международной научно-практической конференции (май-июнь 2020 г.) / под общ. редакцией д-ра искусствоведения О.Г. Яцюк. – Москва: Союз дизайнеров России, АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ДИЗАЙНА», 2020. – 110 с.

ISBN 978-5-905859-10-6

В сборник вошли статьи преподавателей, студентов бакалавриата, магистратуры и аспирантов дизайнерских вузов, представителей иных организаций, связанных с дизайном. Работы, представленные в сборнике, отражают позиции авторов по широкому кругу актуальных проблем современного дизайна и высшего образования дизайнеров, освещают художественные, методические, педагогические и социальные аспекты.

Сборник адресован специалистам – теоретикам и практикам, ведущих научные исследования в указанных тематических направлениях, а также всем, кто интересуется вопросами дизайна.

Материалы опубликованы в авторской редакции.

УДК 658.512.2

ББК 30.18

ISBN 978-5-905859-14-4



ISBN 978-5-905859-14-4

Орг. комитет конференции:

доктор искусствоведения Назаров Ю.В., Москва, Россия

доктор искусствоведения Яцюк О.Г., Москва, Россия.

кандидат пед. наук Могильная А.В., Астана, Республика Казахстан

© АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ДИЗАЙНА», 2020

© СОЮЗ ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Андрейко Е.А., Аккуратова Е.С.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМООБРАЗОВАНИЮ ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ СРЕДЫ.....	5
<i>Амаева О.М.</i> ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ ШКОЛАХ ДИЗАЙНА	11
<i>Белозеров А.А.</i> ТЕХНОЛОГИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РЕШЕНИИ ПРОСТРАНСТВА ИНТЕРЬЕРА	15
<i>Бровкина А.А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ	19
<i>Габриелян Т.О.</i> ДИЗАЙН-ПРОГРАММЫ ВЗАИМНОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ГРАФИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ ЦИФРОВЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ.....	23
<i>Герасимова С.Б., Пивоварова Е.Э.</i> ПРОЕКТ СВЕТОВОЙ НАВИГАЦИИ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ	29
<i>Горбачёв Д.О.</i> ФИРМЕННЫЙ ПЕРСОНАЖ КАК ЭЛЕМЕНТ АЙДЕНТИКИ КУКОЛЬНОГО ТЕАТРА.....	31
<i>Зотова К.В.</i> ОСОБЕННОСТИ КОМПЬЮТЕРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ КНИГИ И ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ	41
<i>Мамунова А.С., Калибекова С.К., Базарбаева С.М.</i> ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ИНТЕРЬЕРА УЧЕБНОГО КАБИНЕТА	51
<i>Копченова М.И.</i> ИНТЕРАКТИВНАЯ КНИГА И НОВЫЕ СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЧИТАТЕЛЕМ.....	56
<i>Луговцев А.Ю.</i> ДИЗАЙН-ФИКШН: ИНТЕГРАЦИЯ НАУКИ, ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ	59
<i>Миронова Н.А.</i> ТРЕНДЫ UX/UI ДИЗАЙНА.....	66

Процюк М.В.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СЕТЧАТЫХ СТРУКТУР В ДИЗАЙНЕ .. 71

Семенов Д.А, Назаров Ю.В.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ ЛЮДЕЙ 74

Синюхина Д.О.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЖИЗНИ МУЗЕЕВ 78

Снитич А.Н.

ИЗМЕНЕНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ 84

Сызранцев В.Ю.

РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНЕРА..... 87

Тимофеева О.С.

СПЕЦИФИКА АЙДЕНТИКИ ФЕСТИВАЛЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ МУЗЫКИ..... 92

Филина Т.Д.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МОУШН-ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ QR-КОДА В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ КОФЕЕН..... 99

Шерипова М.Г., Базарбаева С.М.

РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРА ОФИСНОГО ПОМЕЩЕНИЯ В СТИЛЕ ЛОФТ 103

Эйдинов М.И.

ДИЗАЙН АВТОМОБИЛЕЙ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ 107

Андрейко Е.А., магистрант, МГХПА им. С.Г.Строганова
Аккуратова Е.С., к.п.н., профессор кафедры «Дизайн мебели» МГХПА им. С.Г.Строганова

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМООБРАЗОВАНИЮ ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ СРЕДЫ

Аннотация. Формирование современных игровых технологий в детской игровой среде происходит под влиянием многих факторов. Среди них можно назвать как внешние (цифровые технологии во многих сферах, в том числе и в образовании, появление новых видов игровой деятельности), так и внутренние - психологические (преобладание цифровых технологий в когнитивной сфере). Эти факторы необходимо учитывать в процессе проектирования детской предметной игровой среды.

Ключевые слова: игровые технологии, формообразование игровой среды, психология развития, аффорданс, виртуальная игровая среда, предметная игровая среда,

Проектирование детской среды в контексте диссертационной работы «Современные тенденции игровых технологий в комплекте оборудования для детей от 3 до 10 лет» потребовало проведения исследования в нескольких направлениях, которые гипотетически должны были привести к решению цели, поставленной перед собой магистрантом, а именно: разработать детскую площадку с учетом современных игровых технологий.

Во-первых, необходимо было изучить труды психологов о возрастных характеристиках и методах развития ребенка данного возраста. Во-вторых, – ознакомиться с приоритетными направлениями формообразования современной детской игровой среды. В-третьих, необходимо было выявить изменения в понимании современным ребенком мотива, содержания и результата игровой деятельности.

В результате изучения трудов Н.А. Бернштейна, Э. Эриксона, Ж. Пиаже, Д.Б. Эльконина были выявлены важные возрастные характеристики детей, которые должны повлиять на формообразование детской игровой среды:

- Одной из главных причин формирования человеческого координационно-двигательного устройства центральной нервной системы является двигательная активность, ее усложнение и разнообразие. С позиций двигательной предметной деятельности и отношений между людьми, у детей 3-10 лет возникает личное сознание, имитация социального «Я», переход от внешних действий к внутренним, «умственным». А в возрасте 7-10 лет происходит развитие и словесно-логического мышления, произвольной смысловой памяти, произвольного внимания, адекватность самооценки, обобщаются переживания,

появляется внутренняя жизнь, происходит постепенное овладение своими психическими процессами[1];

- С позиций стадий психосоциального развития в возрасте 3-10 лет на основе автономности ребенок инициирует самостоятельные формы активности: игру, общение со сверстниками и пр. Подавление активности вызывает чувство вины, которое тормозит инициативу ребенка. Дети устанавливают баланс между своей инициативой и требованиями родителей. Дети овладевают разными навыками, в частности учебными и социальными [2].

- С позиций умственного развития возраст от 3 до 10 лет характеризуется формированием умственных представлений объектов и образ возможных действий с ними. Мысль отличается эгоцентричностью. Дети становятся способными к логическому мышлению. Воображение сдерживается реальностью, дети могут применять логические операции к действиям с конкретными объектами [3].

- Ведущей деятельностью в дошкольном возрасте (от 3 до 6 лет) становится ролевая игра, в которой дети воспроизводят (или моделируют) различные социальные роли и отношения между людьми. В такой игре происходит ориентация в самых общих и самых фундаментальных смыслах человеческой деятельности. В младшем школьном возрасте (6-11 лет) ведущей становится учебная деятельность, в которой дети с помощью учителя осваивают правила и способы учебных действий и в которой развиваются интеллектуальные и познавательные способности [4].

Именно игровая деятельность является активным инструментом в развитии и указанных возрастных характеристик, так как, по мнению специалистов, именно игра обладает такими присущими ей чертами, как: свободная развивающая деятельность, которая предпринимается лишь по желанию ребенка, ради удовольствия от самого процесса деятельности, а не только от результата (процедурное удовольствие); творческая, в значительной мере импровизационная деятельность - «поле творчества»; эмоциональная приподнятость деятельности, соперничество, состязательность, конкуренция; наличие прямых или косвенных правил, отражающих содержание игры, логическая и временная последовательность ее развития.

В процессе исследования выявлены целевые ориентации игровых технологий в развитии ребенка:

- дидактические: расширение кругозора, познавательная деятельность, формирование определённых умений и навыков, развитие трудовых навыков.

- воспитывающие: воспитание самостоятельности, воли, сотрудничества, коллективизма, коммуникативности.

- развивающие: развитие внимания, памяти, речи, мышления, умения сравнивать, сопоставлять, находить аналоги, воображения, фантазии, творческих способностей, развитие мотивации учебной деятельности.

- социализирующие: приобщение к нормам и ценностям общества, адаптация к условиям среды, саморегуляции.

Исследование также выявило функций игры:

- развлекательная (это основная функция игры - развлечь, доставить удовольствие, воодушевить, пробудить интерес);
- коммуникативная: всё что относится к игре, находится в едином игровом пространстве и служит средством передачи социального опыта
- игротерапевтическая: преодоление различных трудностей, возникающих в других видах жизнедеятельности;
- диагностическая функция: выявление отклонений от нормативного поведения, самопознание в процессе игры;
- функция коррекции: внесение позитивных изменений в структуру личностных показателей;
- функция социализации: включение в систему общественных отношений, усвоение норм человеческого общежития [5].

Уникальной информацией в контексте методологических подходов к изучению детских площадок явилось исследование Котляр И. А. и Соколовой М. В. «Подходы к психолого-педагогической экспертизе игровых детских площадок». Авторы рассматривали теоретические подходы в обсуждаемой области. В частности, ими выделен важный вклад в развитие понимания отношения человека и среды Дж. Гибсона, который, обсуждая проблемы восприятия, ввел понятие «аффорданс». Оно сводится к тому, что воспринимаемые объекты имеют те или иные свойства, которые могут не иметь ничего общего с объективными свойствами этих объектов. Свойства существуют не сами по себе, а возникают в отношении между объектом и человеком. Поэтому разные субъекты воспринимают разные свойства и возможности одного и того же объекта. Дж. Гибсон приходит к выводу, что окружающая среда меняется в зависимости от состояния и от уровня активности человека, его потребностей и интересов. Одно пространство стимулирует активность, а другое — нет [6].

В контексте развития глобального тренда на диджитализацию содержание когнитивных процессов, социализации и эмоционального состояния ребенка претерпело некоторые изменения. Мотивы, содержание и результат любой игровой деятельности приобрели для ребенка иные значения. До пандемии к этому склоняло желание быть в тренде (провести свое свободное время с гаджетом, освоить новые компьютерные программы и игры, общаться с друзьями в Instagram). Да и в области образования за последние десять лет появилось много авторов-разработчиков компьютерных обучающих программ и компьютерных развивающих игр.

Новая реальность с дистанционным обучением показала, что содержание любой деятельности приобретает очертания и рамки компьютерной реальности. Этот факт требует изучения технологий

компьютерных игр, которые, по мнению магистранта, накладывают отпечаток на современную игровую деятельность в детской предметной игровой среде.

По результатам социологических исследований 88% четырёхлетних детей выходят в сеть вместе с родителями. В 8–9-летнем возрасте дети всё чаще выходят в сеть самостоятельно. К 14 годам совместное, семейное пользование сетью сохраняется лишь для 7% подростков [7].

Компьютерные игры оказали столь существенное влияние на общество, что в информационных технологиях отмечена устойчивая тенденция к геймификации для неигрового прикладного программного обеспечения [8].

Видеоигры создают эффект симуляции действия, но при этом не несут какой-либо очевидной опасности. Цифровые, в том числе обучающие игры, отличаются от традиционных обучающих игр тем, что они используют методы мотивации развлекательных игр, чтобы достичь своих образовательных целей. Таким образом, они довольно часто используют какую-либо историю и парасоциальные отношения между игроком и неигровым персонажем, чтобы запустить процесс обучения.

Необходимое условие, формирующее игру - обогащение игрового опыта детей в разных по содержанию обучающих или совместных со старшими играх. Озадачить ребенка помогают игровые проблемные ситуации, создающиеся путем незначительного изменения предметно-игровой среды, образов и знаков, изображенных на экране компьютера, и, требующие иных способов решения.

Предъявление детям системы постепенно усложняющихся по содержанию знаний и способов решения игровых задач обеспечивает развитие подлинной творческой самостоятельной игры на компьютере. Побуждая детей к принятию или постановке игровых задач, поиску своих вариантов ее выполнения, педагог развивает у них инициативу, творческий потенциал. Ребенок в игре всегда предстает не как исполнитель, а как творец своей деятельности. Также одним из главных нарративных преимуществ видеоигр называют возможность влиять на сюжет и совершать сложный моральный выбор.

Также в последние годы всё большую известность приобретает такой вид игры, как квест. Происхождение слова – от английского quest, что переводится как «поиск» или «искать»[9]. Квест – это не просто поиск. Процесс состоит из получения задания и последовательного прохождения этапов поиска, позволяющих собрать необходимые данные для выполнения первоначально поставленной задачи.

Для детей задача прохождения квеста – это возможность проявить смекалку и свои таланты в командном взаимодействии, а также подвигаться и получить заряд положительных эмоций.

Обычно задания в квесте объединены интересным сюжетом, а участники становятся персонажами, которым предстоит выполнить

определённую миссию. Чтобы пройти квест, детям предлагается найти контрольные ориентиры или пункты, в которых будут находиться задания, загадки или головоломки, позволяющие найти следующий пункт или собрать ключи к решению исходной задачи. По содержанию каждый квест направлен на поиск и достижение как можно большего количества целей. Кроме того, в квесте обычно задействовано от четырёх человек и более. Набор заданий, предлагаемых в квесте, формируется в соответствии с возрастом участников. Для того чтобы успешно пройти квест, детям необходимо внимательно воспринимать поступающую от ведущего или содержащуюся в заданиях информацию, анализировать её. Применять свои навыки детям приходится не один на один с ведущим, а в коллективе игроков-сверстников, в результате чего происходит обучение очень полезному навыку командного взаимодействия.

В игре ребёнок оказывается в роли персонажа, который попадает в определённую ситуацию. Выход из неё известен заранее, но необходимо преодолеть препятствия, чтобы его найти. В результате ребенок учится не теряться в нестандартной ситуации, думать и искать выход из создавшегося положения. Пройдя квест, ребёнок в ненавязчивой форме поймёт: его знания и навыки очень важны и помогут ему в сложных ситуациях. Формируется и необходимая психологическая установка, что находить выход всегда можно и нужно. Квесты развивают внимание, навык получать задание для выполнения, умение анализировать информацию, стремление к достижению цели, ловкость и смекалку, взаимодействие в команде.

Еще одним видом, который возник сравнительно недавно, является интерактивная игра. Интерактивные игры для детей ставят перед собой задачи повысить коммуникативные навыки ребенка; позволить лучше узнать себя и окружающих его детей; научить достигать задачи с помощью коллективной деятельности освоить основные жизненные правила общества; развить навык успешного и продуктивного общения со сверстниками. Такой формат игры позволяет обучить детей бесконфликтному и продуктивному общению со сверстниками, стать доброжелательными и терпимыми.

К выводам можно отнести следующее:

1. Формообразование детской предметной игровой среды должно учитывать требования к развитию психологии детей обозначенного возраста. Оборудование должно предполагать разнообразную по сложности двигательную активность, способствовать имитации предметной деятельности и отношений между людьми;

2. Оборудование должно предоставлять инициативу и самостоятельные формы активности;

3. Формообразование оборудования детской предметной игровой среды должно предоставлять возможность проявления воображения в создании образов предметов и возможных действий с ними;

4. Оборудование детской площадки должно содействовать моделированию ролевых игр;

5. Формообразование оборудования не должно закреплять конкретные свойства объектов для возможности их переназначения в процессе игры;

6. На предметную игровую деятельность детей от 3 до 10 лет сильное влияние оказывает виртуализация игровой деятельности, а также содержание и технологии таких новых видов игр, как компьютерные, интерактивные и квесты. Это нужно учитывать при моделировании предметной игровой деятельности в части мотивации, содержания и результата освоения ребенком игрового пространства.

Использованные источники:

1. Бернштейн Н. А. Физиология движений и активность /Н.А.Бернштейн. — М.: Наука, 1990. — 494 [Электронный ресурс] http://elib.gnpbu.ru/text/bernshteyn_fiziologiya-dvizheniy_1990/ (дата обращения 03.01.2020)
2. Жан Пиаже. Речь и мышление ребенка/Ж. Пиаже - М.: Педагогика – Пресс, 1999.-528с.
- 3.Этапы развития личности по Эрику Эриксону [Электронный ресурс] <https://www.psychologos.ru/articles/view/etapy-razvitiya-lichnosti-po-erikeriksonu> (дата обращения 16.09.2019)
4. Эльконин Д.Б. Психология игры / Д.Б. Эльконин.-М.:ЁЁ Медиа, 2012.– 228 с.
5. Целевые ориентации в развитии ребенка [Электронный ресурс] <https://nsportal.ru/detskii-sad/vospitatelnaya-rabota/2018/11/14/sovremennyye-igrovye-tehnologii-v-razvitii-detey> (дата обращения 10.09.2019)
6. Котляр И. А., Соколова М. В. Подходы к психолого-педагогической экспертизе игровых детских площадок [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2016. Том 5. № 1. С. 5—15. doi: 10.17759/jmfp.2016050101. [Источник: [http://psychlib.ru/mgppu/periodica/SZP012016/SZP-0052.htm#\\$p5](http://psychlib.ru/mgppu/periodica/SZP012016/SZP-0052.htm#$p5)] (дата обращения 27.01.2020)
7. Статистика интернет-зависимости у российских подростков [Электронный ресурс] <http://security.mosmetod.ru/internet-zavisimosti/127-statistika-internet-zavisimosti-u-rossijskikh-podrostkov> (дата обращения 27.01.2020)
8. Педагогика компьютерных игр. [Электронный ресурс] https://studwood.ru/1687602/pedagogika/kompyuternye_igry_harakteristika_metodika_organizatsii_kompyuternyh_igrovye_programmy_detey_doshkolnogo (дата обращения 03.01.2020)
9. Квест как игра [Электронный ресурс] <https://shkolaveka.ru/articles/kvesty-dlya-detey/> (дата обращения 03.01.2020)

Амаева О.М., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ ШКОЛАХ ДИЗАЙНА

Аннотация. В статье рассматривается проблема современной модели образования при профессиональной подготовке дизайнеров в ВУЗах. Проведен анализ недостатков в обучении по специальности «Дизайн». Предлагается внедрение новых методов обучения актуальных на сегодняшний день в связи с ситуацией на рынке труда.

Ключевые слова: дизайн, преподавание, высшая школа дизайна, образование.

На сегодняшний день в развитых странах дизайн – это одно из самых быстро развивающихся направлений. Существенно возрастают запросы и ожидания потребителей к дизайнерам. Сегодня чуть ли не в каждом высшем учебном заведении есть эта специальность. В связи с этим возникает много вопросов к системе обучения в дизайн-школах.

В первую очередь, это отсутствие определенной модели обучения. Данный вопрос поднимается многими специалистами в области дизайна (Н. Ковешникова, И. Остриков, Н. Михеенков и др.). Фундаментальные базовые предметы рознятся от университета к университету (где-то рисунок обязан быть каноническим академическим, где-то от «академического» одно название, где-то происходит отказ от академического рисунка полностью и преподается сразу специальный или концептуальный рисунок [1]). В большинстве российских ВУЗов под «академическим рисунком» понимается рисование геометрических фигур и натюрмортов вплоть до третьего курса. Практической пользы в этом мало, особенно, если учесть, что многие так и остаются в рисовании на среднем уровне. В школы дизайна поступает много людей без художественного образования вообще или с крайне коротким опытом в 1-2 класса художественной школы. Тем не менее академические рисунок и живопись преподаются во многих вузах. (На что расчет – не ясно. Научить рисовать за 2-3 года взрослого человека, который до этого ни разу не рисовал? Если в школу дизайна берут людей не обучавшихся в художественной школе, то зачем вообще преподавать академический рисунок и живопись.) По итогу у студента остается примерно год на плотное погружение в компьютерные программы по дизайну, большую часть которого занимает работа над ВКР, где уже нужно применять полученные знания.

Проблемы целостной актуальной на сегодняшний день модели обучения в школах дизайна и ситуация с упором в академизм в частности, перетекает в следующую, самую главную проблему всего дизайн-образования – низкий уровень трудоустройства выпускников. Происходит

это из-за игнорирования ВУЗами актуальных требований работодателей [2]. Школы дизайна либо живут вчерашним днем, либо в своем отдельном мире креатива и полной свободы творчества, но ни в одном из этих случаев не учитываются реальные требования к дизайнерам-выпускникам на рынке труда. Многие школы дизайна отделены высокой и непробиваемой стеной от работодателей. Это, в частности, происходит из-за отсутствия сотрудничества ВУЗов с предприятиями, где студенты-дизайнеры могли бы набираться опыта решения реальных задач, понимать, с какими ограничениями придется сталкиваться на производстве и в чем отличие учебных заданий от реальной практики.

Все чему обучают – опыт, который набрали преподаватели за свою рабочую деятельность. Но также в школах дизайна есть люди в преподавательском составе либо не работавшие по специальности дизайн (или в сфере как-то контактирующей с дизайнерами), либо имеющие весьма малый опыт реальной работы в индустрии.

В ВУЗах необходимо присутствие практикующих специалистов, а не только теоретиков. Но тут возникает проблема – педагог либо учит, либо работает, а когда он учит, он не работает, то есть у него исчезает его основной доход (доход от основного вида деятельности). Как следствие – отсутствие мотивации у преподавателя продолжать работу в университете.

Соответственно, возникает проблема отсутствия преподавательского опыта. Когда специалист большую часть жизни работает на предприятии, его преподавательскому опыту взяться просто неоткуда. Это тоже вызывает трудности и в обучении студентов, и в преподавании. Многие педагоги не справляются с нагрузкой в ВУЗе и уходят, в связи с чем часто меняется преподавательский состав. То есть для привлечения к педагогической деятельности практикующих дизайнеров необходимо создать механизм для их мотивации.

Одновременно с этим присутствует другая ситуация – в ВУЗах преподают люди, чей основной заработок уже полностью составляет работа в сфере образования. Как правило, такие преподаватели работают на несколько ВУЗов, что является обычной практикой в школах дизайна Москвы.

Ситуация на образовательном рынке школ дизайна следующая – нигде нет единой системы обучения. Каждый ВУЗ преподает по-своему. Все это приводит к совершенно разному опыту у выпускников одной специальности и к сложностям при трудоустройстве на работу, когда у выпускников одного ВУЗа больший процент трудоустройства специалистов, чем у выпускников другого ВУЗа.

Присутствие традиционных дисциплин в дизайн-образовании безусловно важная деталь в программе обучения, но не первоочередная. Важно идти в ногу со временем, следить за актуальными потребностями рынка труда и предоставлять этому рынку востребованных специалистов, а не просто выпускников с «корочкой», которые будут работать не по

специальности. Если говорить о графическом дизайне, то необходимо в первую очередь предоставлять качественное обучение по специализированным компьютерным программам, на всем пути сопровождая студентов и помогая им в выполнении проектов. И в компьютерных программах важно также не стоять на месте. Каждый день работодатели требуют от кандидатов знаний в новейших программах. ВУЗы должны обеспечивать студентов новым программным обеспечением и приглашать на работу тех специалистов, которые хорошо владеют этими программами.

Во многих ВУЗах принцип обучения студентов-дизайнеров новым компьютерным программам – полное погружение студента в программу, как бросание в воду ребенка, при обучении плаванию. Это довольно плохой метод. Большинство будущих специалистов (особенно те, кто приходит после школы, а не после колледжа) приходят в ВУЗ так сказать «пустые», без опыта работы в специальных программах. Когда студентов «бросают» в новые программы без должного объяснения их возможностей, у них возникает паника и отсутствие интереса к самой программе (большинство студентов руководствуются принципом «если мне не понятна программа и никто не может мне помочь – я не буду даже пытаться»). Рекомендации педагогов искать ответы в интернете достаточно сомнительны: зачастую студент сам не знает, что ему нужно искать и какой ввести запрос вообще.

Часто преподаватели аргументируют этот метод тем, что на работе никто помогать не будет. Приходя на работу как дипломированный специалист, работодатель ждет от него реализации полученных в ВУЗе знаний, несмотря на отсутствие опыта. А если студент получил недостаточно знаний в университете, то неоткуда будет взяться и высокому трудоустройству среди выпускников дизайнерских высших школ.

Разумеется, все профессионалы рано или поздно сталкиваются с новым программным обеспечением, так как прогресс не стоит на месте. Когда появился Photoshop многим пришлось осваивать его самостоятельно, еще большая часть людей покупала самоучители. Среди тех, кому приходилось осваивать Photoshop были не только дизайнеры и не только молодежь. Люди разных профессий и возрастов были вынуждены изучать новые для того времени программы. Но, как правило, это были работники организаций, люди, от чьих навыков зависит сохранение своего рабочего места. Студенты приходят в ВУЗ с целью получить образование, а преподаватель – преподавать.

Анализируя сайты с вакансиями по специальности «Дизайн», можно сделать вывод, что вузам следует в соответствии с актуальными запросами работодателей внедрять новые методы и практики в образовательные программы.

Еще одна важная проблема – отсутствие четкого проектного обучения. Либо работ по учебным проектам крайне мало, либо наоборот – слишком много, один проект накладывается на другой и так далее. Необходимо работать последовательно, (что максимально приближено к реальным условиям в любой организации) – давать один крупный проект, устанавливать дедлайн для него и в течение всего этого времени не заваливать (отвлекать) студентов другими проектами, даже мелкими. Студент должен полностью сосредоточиться на одном проекте и сделать его от начала до конца. Этот метод практикуется в частности в Школе дизайна ВШЭ. Было бы прекрасно, если бы преподаватели по теоретическим предметам следили за ситуацией со студенческими проектами и их занятия проходили бы в тандеме с занятиями по проектированию. То есть теория несла бы безусловную пользу для актуального проекта. Сейчас этот метод иногда используется, но далеко не во всех школах дизайна.

Важно заимствование наиболее успешного опыта зарубежных коллег. Но очень малое количество школ дизайна внедряет эти знания в российское образование, большинство же – в лучшем случае просто берут это себе на заметку.

На сегодняшний день присутствует необходимость преподавания дизайн-менеджмента в современном образовании дизайнеров [3]. Что такое дизайн-менеджмент? Мария Сташенко¹ объясняет, что это так называемый «переводчик с «дизайнерского языка» на «бизнесовый» – и наоборот [4]. Основные функции дизайн-менеджмента – организация дизайн-процесса, разработка дизайн-стратегии и воплощение дизайна в жизнь, а точнее – в бизнес и в рынок».

Как сказал Брюс Нуссбаум на Всемирном Экономическом Форуме 2006 года подводя итоги Дня Дизайна, будущее 21 века называется «Дизайн». В связи с этим качественная подготовка специалистов-дизайнеров сегодня является первоочередной задачей высших школ дизайна.

Использованные источники:

1. Воробьева О.А. Актуальные проблемы дизайна и дизайн-образования : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. // О.А. Воробьева – Минск : БГУ, 2018. – С. 24-31.
2. Галиуллина Д.М. Проблемы трудоустройства выпускников вузов изобразительного искусства / Д.М. Галиуллина // Проблемы и перспективы развития современного дизайна и искусства – Ханты-Мансийск, 2007. – С. 54-57.

¹Мария Сташенко – Академический член Design Management Institute (Boston, USA), управляющий партнер ORGANICA design consultancy (первая в России компания по разработке дизайн-стратегий и консультированию по дизайн-менеджменту).

3. Аналитический отчет по итогам экспертного исследования «Роль дизайна в бизнесе: эффективный дизайн» [Электронный ресурс] / Кафедра коммуникативного дизайна СПбГХПА // Organica. – Режим доступа: http://www.rosdesign.com/design_materials/seminar.htm (дата обращения 08.04.2020)
4. Сташенко М. Моя профессия — дизайн-менеджер [Электронный ресурс] / М.Сташенко//Organica.–Режимдоступа:<http://www.organica-design.ru/news/showtext.html?id=193> (дата обращения 08.04.2020)

Белозеров А.А., студент бакалавриата, Национальный институт дизайна

ТЕХНОЛОГИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РЕШЕНИИ ПРОСТРАНСТВА ИНТЕРЬЕРА

Аннотация. В связи с появлением огромного выбора товаров в мебельной индустрии, покупателю все сложнее найти и определиться с тем, как именно будет решено его бытовое пространство. Все это порождает немалое количество проблем, связанных с большой тратой времени, нервов и жизненной энергии. В данной статье рассматривается роль AR-технологии в решении выше обозначенных проблем.

Ключевые слова: дополненная реальность, AR-технологии, средство проецирования, носимое устройство, цифровые технологии, визуализация

Перед тем как раскрыть данную тему, нужно ответить на вопрос: что такое дополненная реальность и в чем ее отличие от виртуальной реальности? При рассмотрении темы важно понимать всю разницу вышеуказанных технологий.

Исследователь Рональд Азумав 1997 году выделил несколько определений дополненной реальности, объединив ее в систему, которая совмещает виртуальное и реальное, взаимодействует с человеком в реальном времени и работает в трехмерном пространстве [1].

Согласно этой концепции, дополненная реальность (augmented reality, AR) – это среда, в реальном времени дополняющая физический мир, каким мы его видим, цифровыми данными с помощью каких-либо гаджетов – планшетов, смартфонов или других устройств, наделенных специальным программным обеспечением. А с учетом того, что с каждым днем развитие технологий идет семимильными шагами, а гаджеты стали неотъемлемой частью нашей жизни, использование данной технологии уже сейчас и в ближайшем будущем будет доступно каждому.

Конечно, стоит заметить, что компьютерная виртуальная реальность – это тоже созданный техническими средствами мир, передаваемый человеку через его ощущения. Разница между виртуальной и дополненной

реальностью заключается в том, что в первом случае мы имеем дело с искусственно созданным миром, а во втором – с реальным, в который включены отдельные виртуальные объекты.

Таким образом, в дополненной реальности виртуальные объекты проецируются на реальное окружение, когда виртуальная создает свой мир и взаимодействует лишь с конкретным пользователем, а не со всем внешним миром.

Никто не будет спорить, что 21 век – век огромного количества самых разных товаров, включая категорию мебели. Из-за сложного выбора нужной вещи возникают трудности, когда нелегко найти и определиться не только с внешним видом того или иного товара, но и с тем, как он будет смотреться в интерьере квартиры или ином пространстве.

Каждый, кто выбирал новую мебель для квартиры, сталкивался с ситуацией, когда понравившийся гардероб или диван не подходят под нужные габариты. А в магазине казалось, что дома все поместится, и еще останется место. И после подобного разочарования начинается очередной поход по мебельным магазинам и интернету в поисках других, более подходящих вариантов. Конечно, множество мебельных магазинов сейчас предлагают услугу «мебель на заказ», когда с покупателем обсуждаются размеры и необходимые изменения в понравившемся ему товаре. К сожалению, это не упрощает процесс поиска и решения данной проблемы.

Современные AR-технологии могут избавить от подобных проблем и затягивающихся поисков подходящей мебели или домашней утвари. Уже сейчас существуют и активно развиваются приложения дополненной реальности, в которых предоставляется возможность поместить виртуальную мебель в любую из ваших комнат. Это поможет не только «угадать» с размерами, но и увидеть, как будет смотреться новая мебель в интерьере. Для этого необязательно иметь пустую комнату. Приложения адаптируются под ваше пространство, а также освещение, что существенно упрощает процесс подбора нужного объекта, предоставляя при этом максимально наглядный пример того, как ваш выбор будет реализован в конечном итоге.

Крупные компании, которые на протяжении многих лет обеспечивают нас теми или иными услугами, не могли пройти мимо данной технологии, так как понимают ее потенциал, который можно развивать, дабы улучшить и упростить нашу жизнь. Вот что на этот счет высказала компания Google: «AR станет ценным дополнением для многих существующих сайтов. Например, эта технология может помочь людям учиться на образовательных платформах и позволит потенциальным покупателям визуализировать товары в процессе покупки, представлять, как они будут смотреться у них дома» [2].

Так же, совсем недавно, глава Apple Тим Кук назвал AR важнейшей технологией, которая изменит наше будущее. Одним из главных преимуществ дополненной реальности перед виртуальной, руководитель

Apple назвал то, что AR не изолирует людей друг от друга и ее можно использовать для расширения дискуссии между несколькими людьми в реальном времени. Он надеется, что AR на протяжении ближайших 10 лет станет частью нашей повседневной жизни, уверяя, что потенциал технологии намного больше, чем мобильные развлекательные игры.

Одной из первых, кто реализовал данную возможность для пользователей, стала компания IKEA со своим приложением IKEA Place, где собрала более 3000 наименований из своего каталога. Приложение позволяет пользователям перед покупкой мебели проверить, как диван или кресло потенциально изменят пространство гостиной или спальни. А в случае поиска осветительных приборов, таких как лампы или торшеры, интеллектуальная система освещения IKEA TRADFRI может заранее проверить оптический эффект в нужном вам помещении. Аналогичное приложение разработала сеть строительных материалов для дома Leroy Merlin. При помощи приложения производитель товара может предоставить пользователю инструкцию для сборки или его использования, упростив этот, зачастую нелегкий, процесс.

В 2017 году один из самых известных футурологов мира и автор блога Scobelizer Роберт Скоубл объяснил, как и почему технологии виртуальной и дополненной реальности смогут изменить повседневную жизнь, а также обозначил недостатки для прорыва данной области. По его мнению, «Как и у любой технологии, у AR и VR есть обратная сторона: пока их довольно тяжело использовать. Но в будущем люди к этому адаптируются — параллельно с развитием технологий» [3]. Уже сейчас мы можем наблюдать, что с каждым годом технология дополненной реальности становится все доступнее для обычного пользователя.

Помимо мебели, AR-технологии позволяют «разместить» в своей квартире работы известных художников. Так, российские разработчики запустили приложение VIVART, которое предоставляет возможность понять, как картина сочетается с интерьером помещения и позволяет оценить реальные размеры полотна. В приложении можно перемещать картину по поверхности стены, а также добавлять в дополненную реальность несколько произведений. И что немаловажно, понравившуюся картину можно купить, не выходя из приложения.

Но технологии не стоят на месте и уже активно развиваются инструменты измерения пространства при помощи дополненной реальности. Теперь совсем необязательно ходить по квартире с «рулеткой», чтобы измерить огромные площади той или иной комнаты. Достаточно воспользоваться данным инструментом, загруженным в вашем мобильном устройстве. Один из таких инструментов измерения под названием Survey создала компания Digital Bridge. Инструмент использует AR для создания точного плана дома и измерения его площадей, чтобы облегчить обычным пользователям тестирование новых дизайнов и макетов в их доме. Из исследования, которое провела Digital Bridge,

выяснилось, что большое количество потенциальных клиентов отказывалось от проектов различных интерьеров в связи с тем, что заказчики до конца не могли понять, как проект будет выглядеть при завершении. Это наглядно показывает, как современному человеку трудно определиться в своих желаниях, и что наглядные технологии, такие как AR могут помочь в этом непростом решении.

Также AR-технологии могут работать и с цветом. Благодаря приложению «Колориметр AR» есть возможность определить необходимый цвет по изображению или реальному объекту, получив его код в системах RGB, CMYK или HEX. Помимо этого, приложение поможет подобрать наиболее близкие оттенки по системе кодировки Pantone, которая используется при маркировке лакокрасочных материалов.

Всемирно известный лакокрасочный бренд Dulux в этом вопросе ушел дальше. Компания выпустила приложение Dulux Visualizer, позволяющее потребителю динамически менять цвет стен в реальном времени. Параллельно этому приложение считывает окружение и предлагает цвета, которые хорошо комбинируются с цветом вашей мебели. Понравившийся вариант или комбинацию цветов можно сохранить, поделиться и соответственно купить, не выходя из дома.

Данную технологию активно подхватывают и дизайнеры, используя ее при создании различных проектов и прототипов. Это безоговорочно ускоряет работу, экономя время, нервы и деньги, что также немаловажно. Большинство AR-приложений, помимо тех, что названы выше, доступны на рынке в свободном пользовании и являются бесплатными. Потому вполне вероятно, что уже совсем скоро любой дизайнер сможет показать клиенту будущий интерьер не на экране монитора, а в виде трехмерных проектов, параллельно обсудив и тут же изменив все пожелания заказчика.

Из всего этого можно сделать вывод, что технология дополненной реальности может играть роль не только развлечения, но и приносить реальную пользу, упрощая нашу и без того наполненную огромными объемами информации жизнь, экономя ценное время, силы и нервы.

Использованные источники:

1. R. Azuma, A Survey of Augmented Reality
URL: <http://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf> (дата обращения: 22.03.2020)
2. Официальный блог Google Россия URL: <https://russia.googleblog.com/>
(дата обращения: 29.03.2020)
3. 8 предсказаний Роберта Скоубла о будущем AR/VR-технологий, Rusbase. URL: <https://rb.ru/story/ar-vr-predictions/> (дата обращения: 24.03.2020)

Бровкина А.А., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Аннотация. В данной статье говорится о важности участия дизайнеров в решении вопросов экологии. Анализируются различные средства графического дизайна, которые помогают привлечь внимание людей к экологическим проблемам.

Ключевые слова: дизайн, экологический подход, графический дизайн, экологические проблемы, экологическая культура, плакат, реклама.

Одна из актуальных проблем современности – экологическая ситуация в мире.

Нанося вред природе на протяжении веков, человечество оказалось в плачевной ситуации: мы наблюдаем растущие мировые запасы мусора, голод в слабо развитых странах, глобальное потепление, исчезновение видов животных и растений и тысячи других, не менее важных проблем. Но мало кто задумывается о том, как решить эти проблемы, многие привыкли к тому, как они живут сейчас, и не собираются как-либо менять свои привычки. Наиболее обеспокоено в данный момент молодое поколение, которому в дальнейшем будет необходимо решить возникшие проблемы.

Благодаря имеющимся технологиям, люди всех возрастов имеют доступ к различным источникам информации, которая транслируется посредством телевидения, постеров, буклетов и наружной рекламы. Именно поэтому так важна роль дизайнеров, способных донести информацию до конечного потребителя и заставить человека задуматься.

Но нужно не только сделать яркую обложку или написать убедительный текст – важно, чтобы всё явило собой цельный объект. Поэтому дизайнерам нужно овладеть базовыми знаниями психологии и социологии, чтобы понять, какие проектные решения будут эффективными.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что дизайнеры, осознавая грядущие опасности и донося нужную информацию до больших масс людей, способны помочь решению экологических проблем.

Несмотря на то, что первые шаги на пути к «экологичному сознанию» общества уже сделаны, нужно гораздо больше действий. И именно здесь нам бы хотелось обратить внимание на экологический подход в графическом дизайне т.к. он способен поднять тему экологии на новый уровень.

«Графический дизайн — это художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной

среды» [1, с.27]. Графический дизайн встречается почти во всех сферах жизнедеятельности человека: реклама, упаковка, коммуникации. Из-за того, что человек каждый день контактирует с данными сферами, он не замечает их воздействия и участия в решении различных мировых проблем.

«Креативные решения и широкий охват аудитории обеспечивают эффективность средств графического дизайна. ... Средствами современной инфографики в печатных изданиях, публикациях, докладах наглядно демонстрируются проблемные моменты экологии. Благодаря структуризации, четкости, доступности понимания, высокой скорости восприятия данных инфографика повышает эффективность сообщений» [2, с.73].

В борьбу за сохранение природы существенный вклад может внести реклама. Используя социальную рекламу такие крупные компании как, например, WWF привлекают внимание к серьезным мировым проблемам и экологически просвещают население. «"WWF" в содружестве с известными дизайн-бюро – яркий лидер производства экологичной рекламы. В России ярко проявил себя социальный проект «Все равно?!», запущенный в 2011 г., в рамках всероссийской акции «Блогер против мусора». Кампания проходила под слоганом «Протяни руку – убери мусор». Постеры в качестве вируса быстро облетели интернет и продолжают мелькать в сети, т.к. графическая экоммуникация создана простым, грамотным и интересным языком» [2, с.73].

Также отдельно стоит рассмотреть использование плакатов для привлечения внимания к экологическим проблемам. Основной функцией плаката является «невербальный способ передачи сообщения, когда более половины информационной нагрузки приходится не на текст, а на изображение» [3, с.212]. Изображения и иллюстрации оказывают влияние на эмоциональное и психологическое состояние человека. Благодаря таким приемам в графике как оп-арт можно добиться того, что изображение станет динамичным и благодаря этому на такой плакат обязательно обратят внимание. Также, несомненно, сильное влияние оказывают такие приемы как цветовые и смысловые контрасты. Если с цветовым контрастом все понятно, то смысловой означает «соединение объектов, обладающих какими-либо противоположными качествами: высокий и низкий, человек невозмутимый и человек возбужденный и т. д.» [4].

Примером послужит серия плакатов «Cutatree. Killalife», созданных в 2015 году на тему незаконной вырубке тропического леса в Малайзии. Главное средство выразительности этих плакатов – цветовой контраст. В плакатах три основных цвета: бежевый, чёрный и красный. Бежевым обозначен фон, создающий дополнительное напряжение. Чёрным цветом показаны деревья, в срубленных частях которых изображаются пострадавшие от вырубки животные. Черный цвет используется не только для того, чтобы оттенить красный, символизирующий кровь, но и для того

чтобы передать мысль: деревьев так много, что человек уже не считает чем-то живым. В плакатах используется рукописный шрифт, и благодаря этому создается ощущение, что надписи словно нацарапаны на стволах деревьев. Плакаты освещают не только тему незаконной вырубке тропического леса и смерти животных, но и призывают прекратить уничтожение природы в целом.

Помимо плакатов и рекламных роликов дизайнеры используют и другие способы привлечения внимания к серьезным проблемам. Так, например, «в Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица – кафедра графического дизайна под руководством П.С. Канайкина разрабатывает анимационные ролики, мобильные приложения и компьютерные игры, превращающие погружение в проблемную ситуацию в увлекательное и познавательное зрелище, имеющее одновременно и утилитарное, и ценностное назначение. Студенткой Е. Войновой под руководством доцента Петрухиной О.В. разработана компьютерная игра на тему «Спасение планеты» под названием «Остров чистоты Алабор». Ключевая фраза «Очищай. Разделяй. Спасай!» позволяет ребенку почувствовать себя супергероем, вживающимся в образ белого медведя, который борется за чистоту окружающей среды» [5, с. 54].

Графические дизайнеры участвуют в оформлении различных экологических акций. В начале этого года прошла одна из таких акций под названием «Подари своей ёлке вторую жизнь»: россияне могли сдать в переработку после новогодних праздников свои живые ёлки. Дизайнерами были оформлены плакаты, которые были вывешены на точках сбора. Помимо елок сдать в переработку можно и ненужные вещи. Именно такую акцию компания «Н&М» решила провести в своих магазинах. В центрах продаж были поставлены специальные контейнеры, в которые можно складывать вещи. Дизайнерами были грамотно оформлены наклейки на контейнеры, информационные плакаты, брошюры, а также талоны со скидкой за сдачу одежды.

Еще одна решаемая дизайнерами задача – сайты на экологическую тематику, которые содержат актуальную и важную информацию по проблемам экологии в различных странах. Задача разработчиков этих ресурсов – структурировать всю информацию и подать ее так, чтобы посетителю сайта захотелось поучаствовать в каких-либо эко-проектах. Так, например, известный многим сайт международной организации «Greenpeace» сделан достаточно удобно: слева располагается меню сайта, а справа находятся статьи на различные актуальные проблемы, о которых можно прочитать и поучаствовать в их решении. Дизайн сайта сделан специально так, чтобы не пролистывать долго до конца, а видеть сразу всю нужную информацию. Также, хорошим примером послужит сайт сервиса восстановления лесов «Посади лес». На данном сайте можно перевести денежные средства на посадку деревьев и получить именной сертификат,

таким образом происходит постепенное восстановление пострадавшие леса. Дизайн сайта выполнен в приятной цветовой гамме, вся информация преподнесена понятным языком и размещена на первой странице и благодаря этому пользователь сразу сможет найти всё необходимое.

Работа дизайнера всегда играла важную роль в повышении общего культурного уровня, в решении социальных проблем. В современном мире графическим дизайнерам стоит обратить внимание на экологические проблемы: вдохновлять и стимулировать людей на участие в акциях спасения природы.

Использованные источники:

1. Панкина М. В., Захарова С.В. Экологический дизайн: учебное пособие / М.В. Панкина, С.В. Захарова, Бийск: Издательский дом «Бия», 2011. – 188 с.
2. Кузнецова А. С. Вопросы экологии средствами графического дизайна. Экология в фирменном стиле / А. С. Кузнецова // Культура и экология – основы устойчивого развития России. От «зеленого» университета к зеленой экономике. Часть 1: сборник материалов Международного форума (г. Екатеринбург, 13-15 апреля 2016 г.). — Екатеринбург: УрФУ, 2016. — С. 72-75.
3. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / О. Яцюк.– СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 240с.: ил.
4. Галстян Р.Г. Особенности воздействия плаката на зрителя // Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <http://scienceforum.ru/2014/article/2014006141> (дата обращения: 02.04.2020)
5. Графический дизайн: традиции и инновации: матер. междунар. науч.-практ. конф. /под ред. А. Н. Кислицыной, М. Р. Кузнецовой, Н. И. Дворко. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2017. – 162 с.

Габриелян Т.О., доцент кафедры Книжной графики и дизайна печатной продукции Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского

ДИЗАЙН-ПРОГРАММЫ ВЗАИМНОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ГРАФИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ ЦИФРОВЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Аннотация. В статье изучаются цифровые презентации, на предмет выявления композиционных дизайн-программ взаимного расположения информационных и графических объектов. Применяются методы количественного и комбинаторного анализа. В результате удаётся выявить 19 дизайн-программ взаимного расположения: заголовочного блока (9 шт.); заголовочного и текстового блоков (6 шт.); заголовочного, текстового и изобразительно-графического блоков (4 шт.).

Ключевые слова: графический дизайн, дизайн-программа, объекты, композиция, расположение, комбинация.

Современный графический дизайн, всё чаще репрезентует себя через генеративные дизайн-продукты, созданные средствами компьютерных технологий. Подобная автоматизация, требует перехода от статичных дизайн-решений, к динамичным — основанным на дизайн-программах.

Дизайн-программа — это определённый алгоритм позволяющий получить разнообразные художественно-проектные решения. С её помощью могут генерироваться различные выразительные особенности дизайн-продукта: композиционные, цветовые, ритмические, гармонические и др.

В той или иной степени, вопросом автоматизации художественного проектирования графических дизайн-продуктов, интересуются многие исследователи: Ларанджо К. [4]; Ох Ж. [6]; Лок С. и Фейнер С. [5]; Якобс Ц., Ли В., Шрирер И., Баргерон Д., Салесин Д. [2]; Кливленд П. [1]; Ян С., Мэй Т., Сюй И.-Ц., Руй Ё. и Ли Ш. [8]; Санхауз П., Раббат М., Болл С. [7]; Фелкович К., Вернер Дж., Нак Ф. [3] и др.

Ларанджо Ф. [4] и Ох Ж. [6] показывают, как изменится методология художественного проектирования, при которой дизайнер будет проектировать не отдельные дизайн-продукты, а генеративные системы.

Лок С. и Фейнер С. ставят вопрос о дороговизне ручной вёрстки печатных и цифровых изданий. Акцентируют внимание на необходимости разработки систем автоматизированной презентации текстового и графического контента, путём комбинирования соответствующих компонентов [5, с. 63]. Фелкович К., Вернер Дж., Нак Ф. предлагают систему генерации информационных презентаций на основе семантики контента и семантических запросов пользователей [3].

Якобс Ц., Ли В., Шрирер И., Баргерон Д., Салесин Д., показывают какие художественные решения можно получить в результате

использования адаптивного дизайна, при вёрстке газет [2, с. 64-65]. Кливленд П. анализирует дизайн журналов 50-х годов XX века [1, с. 7-8], и разрабатывает программное обеспечение по генерации подобной вёрстки [1, с. 21-22]. Ян С., Мэй Т., Сюй И.-Ц., Руй Ё. и Ли Ш. ставят вопрос об автоматизации процесса генерации обложек цифровых журналов, посредством описания принципов вёрстки и стиля [8, с. 6]. Санхауз П., Раббат М. и Болл С. изучают принципы автоматизации дизайна фотокниг [7].

Несмотря на то, что многие исследователи, в той или иной степени затрагивая проблему автоматизации художественного проектирования печатных и цифровых графических дизайн-продуктов, тем не менее недостаточно внимания уделяется проблеме генерации дизайна цифровых презентаций. В частности, недостаточно изучены дизайн-программы репрезентующие принципы взаимодействия компонентов вёрстки.

Таим образом, целью этой статьи является изучение дизайн-программ взаимного, композиционного расположения информационных и графических объектов на слайдах цифровых презентаций.

Для исследования, были отобраны шаблоны 350 цифровых презентаций, состоящих из 3064 слайдов, по различным тематическим направлениям: бизнес, архитектура, дизайн, маркетинг, стартап, образование, медицина и другие. Презентации для исследования, были взяты из открытых источников в сети Интернет, с онлайн-платформ: canva.com, slidebean.com, venngage.com.

Первичная классификация позволила выявить следующие типы слайдов: «Обложка», «Введение», «Описательный», «Начало подраздела», «Цитаты», «Контакты», «Инфографика», «Список».

«Обложка»— это титульный слайд презентации, с крупным заголовком. Во «Введении»попунктно перечисляются основные разделы презентации. «Описательный» слайд представляет основную информацию по конкретной теме. «Начало подраздела» отделяет один раздел презентации от другого. «Цитата»— акцентирует внимание, на какой-то важной мысли. На слайде с «Контактами» представлены контактные данные людей, о проекте которых идёт речь в презентации. «Инфографика»— представляет информацию в виде схем, графиков, диаграмм или таблиц. «Список»— изобразительно или с помощью текста представляет перечислительную информацию².

Контент на слайдах формируется с помощью следующих компонентов (объектов): «Надзаголовок», «Заголовок», «Подзаголовок», «Текстового описания», «Текстового списка», «Фотографий», «Графики», «Диаграмм», «Таблиц», «Подписей» (к фотографиям, диаграммам и таблицам).

²Из исследуемого набора был исключён такой тип слайда, как «Список». Дело в том, что он обладает более сложной структурой, чем все остальные типы слайдов и поэтому нуждается в отдельном исследовании. Таким образом, без учёта слайдов-списков, в этом исследовании были проанализированы 1868 слайдов.

В связи с тем, что комбинаторные и количественные методы являются основным в исследовании, а подсчёты велись вручную, потребовалось объединение информационных и графических объектов в блоки, для уменьшения общего количества комбинаций. В частности: «Надзаголовок», «Заголовок», «Подзаголовок» и «Цитаты» — объединены в заголовочный блок. «Текстовое описание» и «Текстовый список» — объединены в текстовый блок. «Фотографии», «Графики», «Диаграммы», «Таблицы» и «Подписи» — объединены в графический блок.

Такое объединение правомерно, т.к. первичный эмпирический анализ показал, что в целом на всех слайдах, в различных комбинациях, присутствует заголовочные, текстовые и графические блоки. Внутри них может появляться детализация, но в целом их взаимное расположение презентует основную композицию слайдов цифровых презентаций.

Следует отметить, что основным информационным объектом, исследуемого набора слайдов, является «Заголовок». Он встречается в 2880 слайдах из 3064. Именно поэтому, основной акцент в исследовании будет сделан на значимости заголовочного блока, а остальные блоки будут зависеть от него.

В первую очередь было осуществлено распределение объектов слайдов по двум категориям: вертикальное и горизонтальное расположение на слайде. Вертикальная категория представлена расположением объекта: вверху, в центре и внизу слайда. А горизонтальная: слева, по центру и справа. Таким образом каждый объект может располагаться в девяти зонах слайда: вверху-слева; вверху по вертикали и в центре по горизонтали; вверху-справа; в центре по вертикали слева по горизонтали; в центре по вертикали и горизонтали; в центре по вертикали и справа; внизу-слева; внизу и в центре по горизонтали; внизу-справа.

Классификация расположения объектов на слайдах по категориям была осуществлена следующим образом:

- расписаны всевозможные комбинации для расположения: заголовочного блока (9 комбинаций); заголовочного и текстового блоков (81 комбинация); заголовочного, текстового и информационно-изобразительного блоков (729 комбинаций);
- посчитано количество слайдов, в которых встречаются соответствующие комбинации объектов.

В ходе изучения полученных комбинаций (дизайн-программ) оказалось, что многие из них не репрезентуются в виде готовых решений. Это наблюдается в комбинациях заголовочных и текстовых блоков, а также в комбинациях заголовочных, текстовых и изобразительно-графических блоках.

В комбинациях заголовочных и текстовых блоков, из 81 дизайн-программы, рабочими оказались только 30. А из всевозможных 729

комбинаций расположения заголовочных, текстовых и изобразительно-графических блоков, рабочими дизайн-программами оказали только 106.

Из-за большого объёма полученных количественных данных, было решено обобщить информацию, и представить её в виде условных схем, иллюстрирующих слайд и расположенные, в определённых зонах, объекты. Префикс обозначает тип блока: «З» — заголовочный; «Т» — текстовый; «И» — изобразительно-графический. В скобках указано количество слайдов, на которых в этой зоне располагается соответствующий блок.

Первый набор иллюстрирует различные комбинации расположения заголовочного блока (Таблица 1).

Таблица 1. Дизайн-программы заголовочного блока

З	З	З
(82)	(121)	(39)
З	З	З
(277)	(487)	(233)
З	З	З
(69)	(70)	(40)

Второй набор представляет комбинации (дизайн-программы), взаимного расположения заголовочного и текстового блоков.

Таблица 2. Дизайн-программы комбинации заголовочного и текстового блоков

З	Т	Т		З		З
(745)	(46)	(53)		(396)		(162)
Т	Т	Т		Т	Т	Т
(81)	(155)	(89)		(40)	(122)	(83)
Т	Т	Т		Т	Т	Т
(166)	(101)	(54)		(27)	(73)	(51)
З	Т	Т		Т	З	Т
(157)	(46)	(39)		(39)	(165)	(46)
Т	Т	Т			Т	
(13)	(14)	(12)		(14)		

Третий набор презентует, дизайн-программы взаимного расположения: заголовочного, текстового и изобразительно-графического блоков.

Таблица 3. Дизайн-программы комбинации заголовочного, текстового и изобразительно-графического блоков

	З	И	И		З	И
(1585)	(66)	(218)		(335)	(1513)	(56)
Т	Т	И		И	Т	Т
(170)	(364)	(107)		(338)	(351)	(352)
Т	Т	И		И	Т	Т
(41)	(136)	(232)		(282)	(192)	(192)
И	И	З		И	И	И
(218)	(54)	(788)		(53)	(54)	(53)
И	Т	Т		З	Т	Т
(153)	(190)	(261)		(160)	(49)	(41)
И	Т	Т			Т	Т
(205)	(55)	(127)			(35)	(35)

Полученные результаты, позволяют говорить о том, что в исследуемом наборе слайдов, заголовочный блок присутствует во всех зонах пространства слайда. Но преобладающей зоной, является центр слайда по вертикали. Это подтверждается и экспертно-эмпирическими наблюдениями, чаще всего в этой зоне располагаются текстовые надписи в виде: заголовков титульных слайдов презентаций и разделов, а также цитаты.

Композиция заголовочных и текстовых блоков, представлена шестью комбинациями. Наибольшее количество слайдов представлено дизайн-программой, в которой заголовочный блок расположен вверху слева, а текстовый блок заполняет оставшуюся часть слайда.

Также можно отметить, что изменение положения заголовочного блока по вертикали смещает вниз расположение текстового блока. Проще говоря, подтверждается мысль о том, что заголовок является первичным информационным объектом, с которого начинается изучение контента слайда. Более того, по ходу смещения заголовочного блока в нижнюю и правую зону слайда, уменьшается количество слайдов, с такой композицией.

Изучение комбинаций заголовочного, текстового и изобразительно-графических блоков, позволило выявить четыре, чаще всего встречающиеся, композиционные дизайн-программы.

В них более явно выражено расположение заголовочного блока в верхней части слайда. При перемещении заголовочного блока вниз,

изменяется последовательность восприятия. Информационная доминанта композиции смещается с заголовочного блока, на текстовый и информационно-изобразительный блоки. А это, как известно любому дизайнеру-графику, приводит к когнитивному диссонансу для зрителя, он не понимает, где находится начало повествования, тратит время на его поиск, а не восприятие слайда.

Профессиональный опыт дизайнеров-графиков, в этом исследовании подтверждается тем, что из 729 комбинаций взаимного расположения объектов, 404 не нашли соответствие в исследуемом наборе слайдов. Эти 404 комбинации соответствовали композициям, в которых заголовочный блок располагался в нижней части слайда.

Подводя итоги, можно сказать, что удалось выявить композиционные закономерности в дизайне слайдов цифровых презентаций, для различных комбинаций информационных и графических объектов.

Композиции слайдов исследуемого набора, состоящего из 1868 слайдов, основаны на 19 дизайн-программах. Эти дизайн-программы могут быть реализованы средствами компьютерных технологий. С их помощью может быть автоматизирован процесс генерации композиций слайдов цифровых презентаций, подобных решениям, созданным профессиональными дизайнерами-графиками.

Полученные результаты, также позволяют говорить о возможности выявления художественно-композиционных закономерностей, путём применения количественных методов.

Использованные источники:

1. Cleveland P. Style based automated graphic layouts // Design Studies. — 2010. — № 31(1). — P. 3–25. doi: 10.1016/j.destud.2009.06.003
2. Jacobs C., Li W., Schrier E., Barger D., Salesin D. Adaptive document layout // Communications of the ACM. — 2004. — №. 47(8). — P. 61-67. doi: 10.1145/1012037.1012063
3. K. Falkovych, J. Werner, F. Nack, Semantic-based Support for the Semi-automatic Construction of Multimedia Presentations // Interaction Design and the Semantic Web Workshop at the Thirteenth International World Wide Web Conference. — 2004.
4. Laranjo F. Automated Graphic Design / modesofcriticism.org. URL: <https://modesofcriticism.org/automated-graphic-design/> (дата обращения: 05.03.2020).
5. Lok S., Feiner S. A survey of automated layout techniques for information presentations // Proc. SmartGraph. — NY: 2001. — P. 61-68.
6. Oh J. Yes, AI Will Replace Designers / Medium.com. URL: <https://medium.com/microsoft-design/yes-ai-will-replace-designers-9d90c6e34502> (дата обращения: 05.03.2020).
7. Sandhaus P., Rabbath M., Boll S. Employing Aesthetic Principles for

Automatic Photo Book Layout // Advances in Multimedia Modeling: 17th International Multimedia Modeling Conference. — Taipei: 2011. — Part 1. — P. 84-95. doi: 10.1007/978-3-642-17832-0_9.

8. Yang X., Mei T., Xu Y.-Q., Rui Y., Li S. Automatic Generation of Visual-Textual Presentation Layout // ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications. — 2016. — № 12(2). — P. 1-22. doi: 10.1145/2818709.

Герасимова С.Б., доцент, Национальный институт дизайна
Пивоварова Е.Э., доцент, Национальный институт дизайна

ПРОЕКТ СВЕТОВОЙ НАВИГАЦИИ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

Аннотация. В статье освещаются вопросы световой навигации для общественных объектов как системы безопасности для эвакуации людей в чрезвычайных ситуациях. Анализируются технологии и материалы, необходимые для создания проектов навигационных указателей. Представлен концептуальный проект для возможного воплощения в жизнь.

Ключевые слова: световая навигация, социальные объекты, чрезвычайная ситуация, городская среда.

Световая навигационная система – важный элемент современного дизайна и организации социальных пространств, который решает художественные, социальные и функциональные задачи. В особенности такая навигация актуальна на территориях рекреационных помещений (школ, детских садов, учебных заведений, детских центров), медицинских учреждений, объектов культуры, вокзалов, аэропортов, подземных переходов, торговых центров, выставочных комплексов, бизнес центров, подъездов жилых домов. С помощью языка световой навигации обеспечивается безопасность людей в закрытых помещениях.

В условиях чрезвычайной ситуации, отсутствие электропитания и освещения, может привести к панике и жертвам. Поэтому обязательно должна быть предусмотрена альтернатива такому освещению – это трафареты или шаблоны лекал из современных материалов, таких как светонакопительный (фотолюминисцентный) скотч, люминисцентная самоклеющаяся пленка, краска флюминисцентная для фотолюминисцентной эвакуационной системы (ФЭС) [1]. Это все достаточно экономичные материалы, требующие минимальных затрат при внедрении.

В настоящий момент необходимо вплотную заниматься проблемой создания эвакуационных путей с использованием новейших мировых разработок световой навигации. Например, из недавних событий, возгорание в торговом центре в городе Кемерово.

С помощью использования современных материалов в световой навигации в объектах социальной инфраструктуры появляется возможность обеспечить безопасность: показать направление движения к выходам, помочь в ориентации на пути следования, вывести людей из помещений когда отсутствует электропитание и освещение.

В нашем проекте это достигается путем изготовления трафаретов или шаблонов лекал из новых материалов, таких как светонакопительный (фотолюминисцентный) скотч, люминисцентная самоклеющаяся пленка, флюминисцентная краска. Предполагается наклейка трафаретов на стены, потолки или полы.

Рассмотрим подробнее вышеперечисленные виды материалов нового поколения, светящихся в темноте без использования дополнительных электрических приборов.

Фотолюминисцентная эвакуационная система (ФЭС). Во многих общественных местах можно увидеть со светящиеся знаки Exit (Выход). Эти символы предусмотрены для экстренной эвакуации из здания в случае аварии. Они не должны быть подключены к электросети, потому что во время критической ситуации электроэнергии, скорее всего, не будет. В таком случае свет излучается тритием – радиоактивным изотопом водорода. Возможные проблемы: если во время аварии разобьётся такой указатель, то радиоактивные изотопы могут отравить людей, находящихся в здании.

Люминисцентная самоклеющаяся пленка. Светящиеся планы эвакуации могут стать частью системы безопасности посетителей в любом общественном месте. В случае экстренной ситуации люди смогут с помощью знаков безопасности и указателей найти огнетушитель или эвакуационный выход. Такие знаки и указатели должны хорошо выделяться и привлекать к себе внимание. Обычный план аварийной эвакуации должен быть во всех общественных местах, чтобы знаки безопасности были заметны всем. Таким образом, при отключении электричества использование знаков из люминисцентных материалов поможет людям организованно покинуть помещение [2].

Светящаяся краска. Эту краску также называют невидимой или ультрафиолетовой. Флуоресцентные чернила не позволяют ей светиться самостоятельно с наступлением темноты. Чтобы получился световой эффект, требуется воздействие ультрафиолета. При попадании на краску любого света остается обычный вид поверхности. В состав входят не только флуоресцентные чернила, но и прозрачная основа [3]. Важно учитывать экологичность такой светящейся краски. Она не радиоактивна, не токсична, не огнеопасна.

Светящиеся не электрические элементы, нанесенные на различные поверхности, смогут помочь ориентироваться в экстренных ситуациях. «Для своей рабочей каски, я купил люминесцентную пленку. Был выбор между светоотражающей и люминесцентной. Я решил поэкспериментировать и выбрал люминесцентную. Были моменты в работе, когда такие наклейки на каске были необходимы» [4].

Мы предлагаем применить светящиеся материалы, о которых было сказано выше, в нашем дизайн-проекте световой навигации для социальных объектов и использовать линейку трафаретов для изготовления самоклеющихся светящихся элементов. На наш взгляд, трафареты должны иметь простую, узнаваемую форму стрелок, прямоугольников, кругов. В проекте будут представлены варианты сборки комбинаций наклеек на различные поверхности в зависимости от назначения помещения и его площади. Также удобно и экономично то, что трафареты расположены на пленке или скотче в рулонах разного размера, что позволяет выпускать их в любых количествах. Себестоимость таких проектов достаточно низкая, что выгодно для применения в массовом производстве.

Считаем, что в будущем мировому сообществу важно уделить вопросу световой навигации социальных объектов особое внимание, необходимо договориться о единой системе знаков световой эвакуационной навигации и частоте их использования, как это давно происходит при использовании дорожных знаков.

Использованные источники:

1. Светящаяся в темноте плёнка «АРАКАЛ» <http://lumi-light.com/> (дата обращения 30.04.2020 г.)
2. Люминисцентная краска «НОХТОН», <http://noxtons.ru/index.html>.
3. Светящаяся краска для самоклеющейся пленки и ОРАКАЛА <http://talius.ru/index.html> (дата обращения 30.04.2020 г.)
4. А. и Б. Стругацкие «Град обречённый»/ А. и Б. Стругацкие. — М. Журнал «Нева» 1988.
5. Скотч «Ogalux» <https://rtline24.ru/> (дата обращения 30.04.2020 г.)

Горбачёв Д.О. магистрант, Национальный институт дизайна

ФИРМЕННЫЙ ПЕРСОНАЖ КАК ЭЛЕМЕНТ АЙДЕНТИКИ КУКОЛЬНОГО ТЕАТРА

Аннотация. В данной статье рассмотрен фирменный персонаж, как элемент айдентики кукольных театров, его влияние на восприятие бренда. Исследовались фирменные знаки театров с персонажем и без него.

Персонаж в фирменном знаке театра призван вызвать у целевой аудитории ассоциации с брендом театра. Установлено, что персонаж в логотипе является лицом театра и нужен для создания лучшей коммуникации театра и зрителя.

Ключевые слова: визуальное восприятие, айдентика, дизайн, логотип, кукольный театр, бренд, целевая аудитория, фирменный знак.

Перед современными театрами стоит проблема их популяризации и привлечения новых посетителей. Один из путей решения этой задачи – создание узнаваемого и привлекательного образа. Театры нуждаются в новых дизайнерских разработках фирменного стиля. Необходима идентичность театра и бренда. Принципы визуальной коммуникации, объединённые одной идеей, создают запоминающийся образ, что способствует успешному развитию театральной деятельности, а также, привлекает внимание более широкой аудитории. В связи с этим всё большее внимание уделяется созданию современного фирменного стиля для театров.

Возможность решения этой проблемы можно рассмотреть на примере фирменных знаков театров кукол.

В России кукольные театры есть почти в каждом крупном городе. В Москве их несколько. Среди них как известные культурные учреждения с давними традициями: «Государственный академический Центральный театр кукол им. С.В.Образцова», «Московский детский театр кукол», «Московский детский театр теней», так и новые, еще формирующиеся театры, такие как: «Московский детский Сказочный театр», «Театр-Игрушка», экспериментальный кукольный театр в Москве.

Одним из значимых элементов айдентики кукольных театров является персонаж, однако не все театры используют его в фирменном знаке.

Особенность кукольного театра в том, что он привлекает зрителей своей яркостью, красочностью, динамикой. Это сказочный, совершенно особый увлекательный мир, в котором кукольный герой занимает важное место. Любимый зрителями персонаж может стать лицом театра, элементом фирменного стиля.

Фирменный персонаж - это визуальный образ, элемент бренда, который служит для привлечения внимания к театру. Он работает на узнаваемость бренда, создает «лицо» театра, помогает выделиться среди конкурентов, а также придает эмоциональную окраску и способствует запоминаемости бренда.

Персонаж в логотипе нужен для создания лучшей коммуникации со зрителем. Это не обязательный элемент, но если он присутствует, то является лицом театра и завоёвывает внимание целевой аудитории. Помимо этого персонаж участвует в рекламных мероприятиях, ассоциируется с конкретным названием театра, он узнаваем и вызывает

доверие и симпатию посетителей. Персонаж, как правило, создаёт позитивное отношение к театру.

В данной статье были рассмотрены театры, в айдентике которых главную роль играет персонаж: «Государственный академический Центральный театр кукол им. С.В.Образцова», «Нижегородский государственный академический театр кукол», «Московский детский театр теней», «МБУК Нижнетагильский театр кукол», «Магнитогорский театр куклы и актера «Буратино»», «Калининградский областной театр кукол», «Московский детский Сказочный театр», «Театр Спейбла и Гурвинека», «Театр Маномаджиа». (Таблица 1)

Таблица 1. Театры с персонажем в фирменном знаке

РОССИЙСКИЕ ТЕАТРЫ	
НАЗВАНИЕ ТЕАТРА, ГОД ОСНОВАНИЯ	ЗНАК (ЛОГОТИП)
«Нижегородский государственный академический театр кукол» 1929 год	
Государственный академический Центральный театр кукол им.С.В.Образцова 1931 год	
Московский детский театр теней 1944 год	
МБУК Нижнетагильский театр кукол 1944 год	
Калининградский областной театр кукол 1963 год	
Магнитогорский театр куклы и актера «Буратино» 1973 год	

«Московский детский Сказочный театр» 1989 год	
ЕВРОПЕЙСКИЕ ТЕАТРЫ	
НАЗВАНИЕ ТЕАТРА, ГОД ОСНОВАНИЯ	ЗНАК (ЛОГОТИП)
Театр Спейбла и Гурвинека (чеш. Divadlo Spejbla a Hurvínka) 1930 год	
Театр Маномаджиа (итал. Teatro Manomagia) 1986 год	

Персонаж на знаке театра кукол С.В. Образцова представлен в виде условной фигуры – шара, надетого на указательный палец. Рисунок представляет собой силуэт красного цвета с бликом на круге. В нём узнаётся «главный герой» сольного номера Образцова «Мы сидели с тобой у заснувшей реки» (рисунок 1).



Рисунок 1. Шарик - голова для сольного номера Образцова «Мы сидели с тобой у заснувшей реки»

Есть другие варианты включения персонажа в логотип, например стилизация узнаваемой антропоморфной фигуры под букву. Так, в

логотипе «Нижегородского государственного академического театра кукол» представлена фигура куклы похожей на Петрушку, вписанная в слегка изменённую букву «Т». Прорисована только голова куклы и кисти рук (рисунок 2).



Рисунок 2. Логотип и афиша «Нижегородского государственного академического театра кукол»

«Московский детский театр теней» в качестве персонажа представляет силуэт пальчиковой куклы. Дизайн знака минималистичный, он показывает специфику театра (рисунок 3).

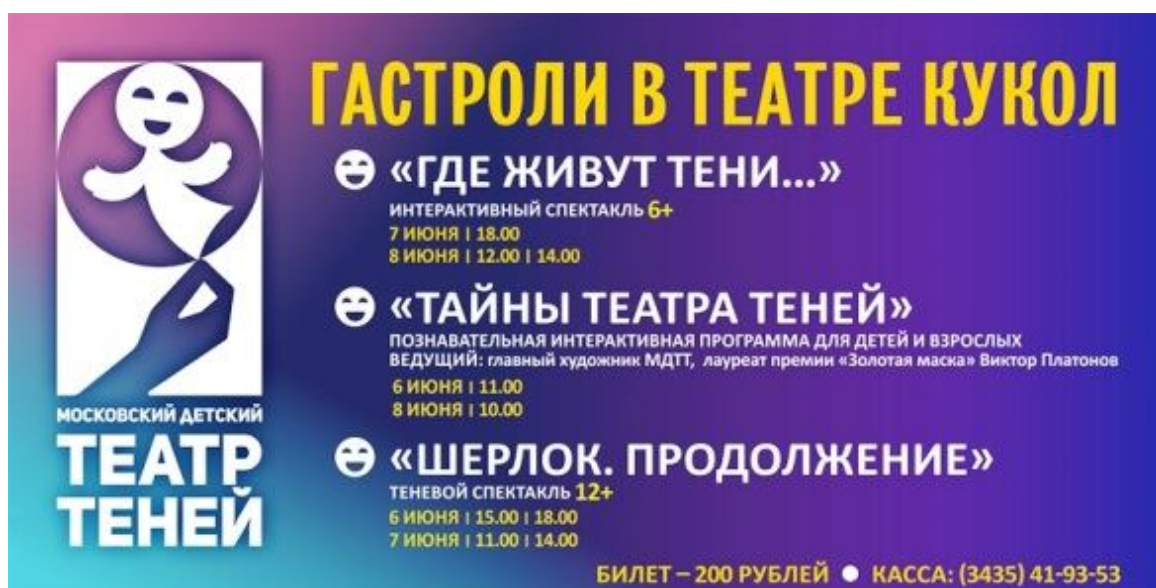


Рисунок 3. Афиша «Московского детского театр теней»

В Магнитогорском театре куклы и актера «Буратино» в качестве основного персонажа и лица театра выступает Буратино, герой одноимённой сказки, знакомый и взрослым, и детям. Персонаж на знаке – условная фигура в окне. Рисунок стилизован под старину, с минимумом деталей. Персонаж на знаке трудно узнаваем. Использованный в знаке ракурс анфас делает персонажа плохо читаемым (рисунок 4).



Рисунок 4. Логотип и афиша Магнитогорского театра куклы и актера «Буратино»

Знак Калининградского областного театра кукол – единственный из представленных знаков не имеющий шрифтовой составляющей. Он стилизован под гравюру и похож на сценку из спектакля с четырьмя персонажами (рисунок 5).



Рисунок 5. Знак и афиша «Калининградского областного театра кукол»

У Театра Спейбла и Гурвинека как в названии, так и на знаке присутствуют два персонажа, участвующие почти во всех спектаклях театра. Изображение персонажей выполнено в линейной графике с минимумом деталей (рисунок 6).



Рисунок 6 Логотип и программа «Театра Спейбла и Гурвинека»

Театр Маномаджиа в своём логотипе использует условное изображение перчаточной куклы. Это является исторической отсылкой к первым персонажам старинных театров кукол.(рисунок 7).



Рисунок 7. Плакат «Театр Маномаджуа»

Так же стоит отметить и театры, в которых отказались от использования персонажа в айдентике или оставили их как маскота (персонаж-талисман, приносящий удачу - стилизованное изображение человека, животного или фантастического существа, часто используется как часть брендбука), не вписывая его в фирменный стиль: «Театр юного зрителя «АБРИКОС»», «Московский театр кукол», «Ле Гиньоль де пар – Бют Шомон».(Таблица 2).

Таблица 2. Театры без персонажа в знаке

НАЗВАНИЕ ТЕАТРА, ГОД ОСНОВАНИЯ	ЗНАК (ЛОГОТИП)
Театр Ле Гиньоль де Пари Парк де Бют Шомон (франц. Théâtre Le Guignol de Paris Parc des Buttes Chaumont), 1892 год	
«Московский театр кукол» 1930 год	
Театр юного зрителя «АБРИКОС» 2014 год	

Логотипы театров, представленные в таблице 2, представляют собой шрифтовую композицию без использования персонажа. У французского театра «Ле Гиньоль де Пари Парк де БютШомон» есть главный персонаж Гиньоль, он представлен в шапке сайта и в социальных сетях, но отсутствует в логотипе.



Рисунок 8. Шапка сайта «Театра Ле Гиньоль де Пари Парк де БютШомон»

Логотип «Московского театра кукол» представляет собой шрифтовую композицию, написанную тонким шрифтом. Персонаж в айдентике театра отсутствует, хотя на фасаде театра есть изображения героев спектаклей (рисунок 9).

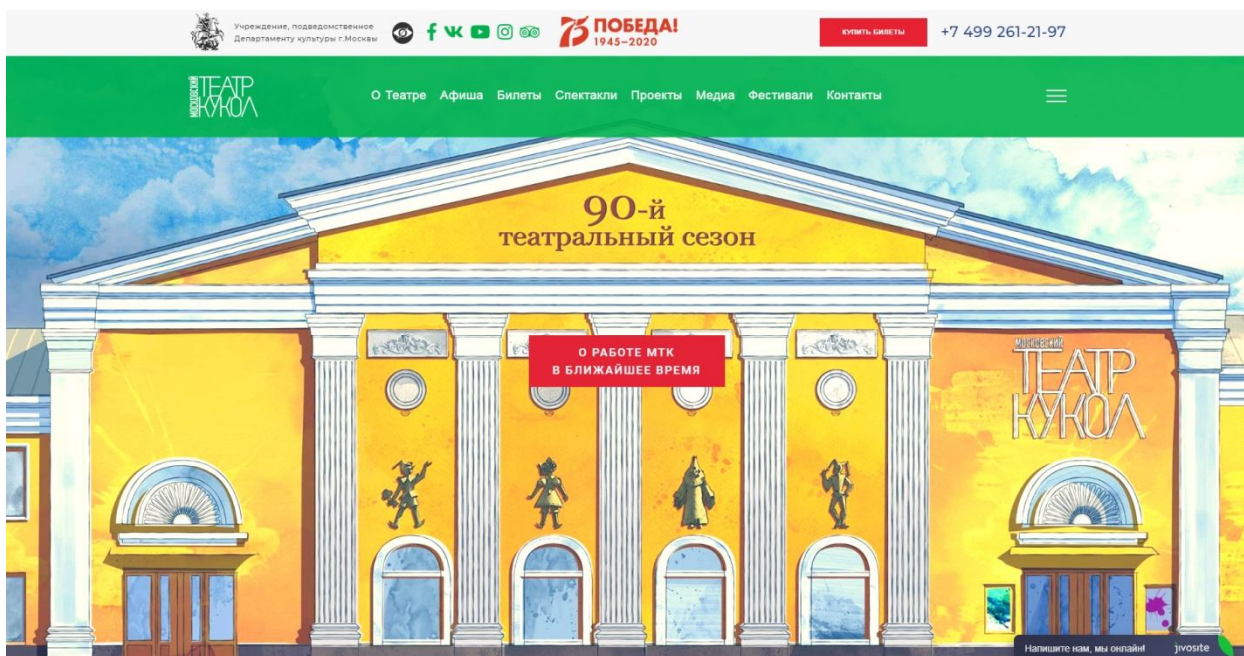


Рисунок 9. Сайт «Московского театра кукол»

Персонаж «Театра юного зрителя «АБРИКОС»» представлен только на шапке сайта, в айдентике театра отсутствует.

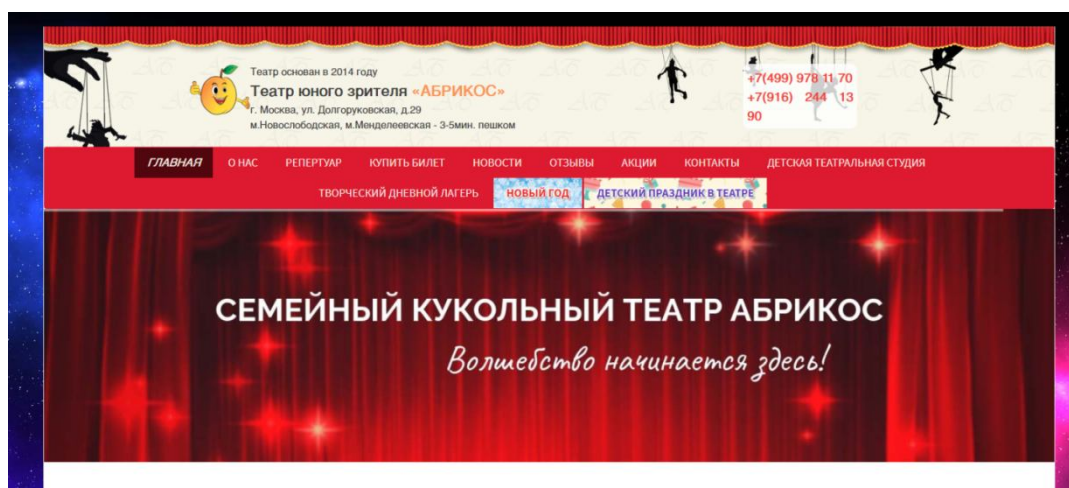


Рисунок 10. Шапка сайта «АБрикос»

Рассмотрев айдентику кукольных театров, можно сделать вывод, что логотип кукольного театра должен произвести яркое эмоциональное впечатление на самого искушённого зрителя, привлечь внимание, быть простым, понятным и уникальным. Присутствие симпатичного, забавного персонажа делает фирменный знак более привлекательным, особенно, если учесть, что основная аудитория кукольных театров это дети.

Мы полагаем, что логотипы Театра Маномаджиа, ТеатраСпейбла и Гурвинека, Нижегородского государственного академического театр кукол и Государственного академического Центрального театра кукол им. С.В.Образцова имеют оригинальную идею, необычный стиль, нестандартную компоновку и отражают суть учреждения для детей.

Современный логотип кукольного театра должен иметь следующие характеристики: быть хорошо читаемым, отражать особенность театра, содержать изображение персонажа, использовать яркие цвета.

Использованные источники:

1. Олег Ткачёв. Visual бренд. Притягивая взгляды потребителей. Издательство Альпина Диджитал, 2013. - 213 с.
2. Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера (2-е издание) – СПб.: Питер, 2016. - 224 с.

3. Элис Туэмлоу. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. СПб.: Издательство Астрель, 2006, 256 с.
4. Майкл Эвами. Полное название: Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки. СПб.: Питер, 2008. - 352 с.
5. В. Пигулевский, А. Овруцкий. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. Изд-во Гуманитарный центр, 2015. -432 с.

Зотова К.В., старший преподаватель Института изящных искусств, кафедры дизайна и медиатехнологий в искусстве Московского педагогического государственного университета

ОСОБЕННОСТИ КОМПЬЮТЕРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ КНИГИ И ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙН- ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается значение компьютерного дизайна книги в условиях цифровой экосистемы и выявляется его место в современном дизайн-образовании. Предпринимается попытка выделить основные этапы организации работы студентов по созданию проектов в области книжного дизайна. В процессе преподавания дизайн-проектирования книги, автором решается ряд образовательных задач: формируется творческое мышление и профессиональные компетенции студентов вузов, а также раскрываются современные тенденции в области художественного конструирования многостраничных изданий с использованием цифровых технологий, которые наглядно представлены в работах студентов-дизайнеров.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, дизайн-образование, компьютерный дизайн книги, инфографика.

Одним из важных направлений исследования в области художественного конструирования книги является вопрос использования компьютерных технологий в процессе ее проектирования. На современном этапе, характеризующимся активным использованием компьютерных технологий во всех областях жизнедеятельности человека, достаточно актуальным аспектом является выявление характерных тенденций и дальнейших путей развития книжного дизайна в условиях быстро развивающейся цифровой экосистемы.

Основоположник советской теории книжного дизайна В.Н. Ляхов говорил о том, что «художественное конструирование – наиболее важный, с точки зрения перспектив существования книги, вид деятельности. Именно здесь можно ждать появления новых идей и конкретных решений, обогащающих книгу новыми качествами» [4, с. 121].

В современном дизайн-проектировании появилась возможность моделировать новые формы оформления книги с помощью цифровых технологий, но при этом проблемой может стать недостаточное осознание процессов, происходящих в области книгоиздания за последние десятилетия. В настоящее время наблюдается интегрирование медиа технологий в дизайн книги, появилось такое явление, как цифровая книга, полностью ориентированная на прочтение с помощью технического устройства. В процессе проектирования данного типа изданий дизайнер в большей степени отталкивается не от законов архитектуры печатной книги, а ориентируется на особенности построения продукции для digital-пространства. Например, структура цифровой книги может строиться как одностраничный лендинг, либо многостраничный многофункциональный сайт.

В данной статье рассматривается область дизайн-проектирования печатной книги, на основе использования цифровых технологий.

В настоящее время возможности компьютера эффективно применяются при решении технических задач проектирования. Например, разнообразный инструментарий такого графического редактора, как Adobe Illustrator может имитировать практически любую традиционную технику: карандаш, уголь, тушь, резец и т.д. Становится возможным воспроизводить различные фактуры и материалы, используемые в традиционной графике, что находит широкое применение современными художниками книги при ее иллюстрировании. Например, в стилистическом решении иллюстрации к рассказу П. Кузнецова, были использованы возможности программы CorelPainter X, которая содержит наборки, имитирующие работу темперными красками (рис. 1).

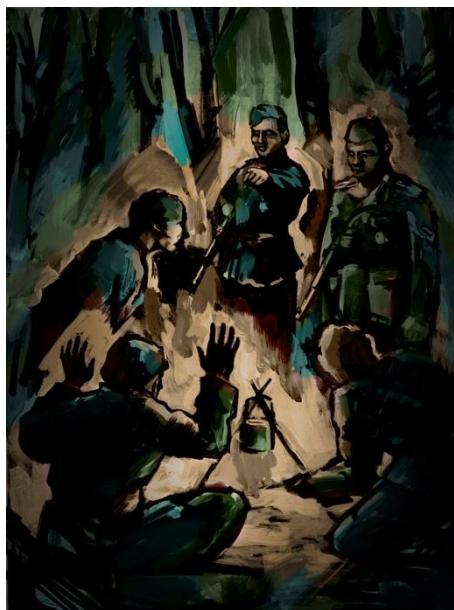


Рисунок 1. К.В. Зотова. Иллюстрация к рассказу П. Кузнецова «По волчьему следу»

Развитие компьютерных технологий позволяет художнику изначально создавать цифровые изображения, соответствующие техническим требованиям, предъявляемым типографией к авторскому оригиналу иллюстраций, такие как формат PDF, либо TIFF, цветовая модель CMYK, разрешение 300 dpi и т.д.

Так же использование компьютерных технологий в книжном дизайне дает возможность специалисту разрабатывать оригинальный облик книги за более сжатые сроки. Дизайнер, использующий возможности таких программ как AdobeInDesign в процессе своего профессионального творчества, имеет возможность более свободно выстраивать композиционно-ритмические ряды в издании (рис. 2).

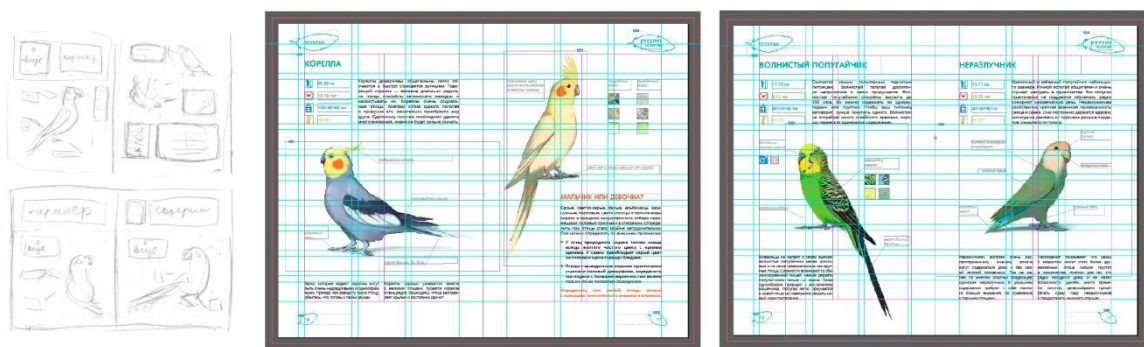


Рисунок 2. Студенческая работа, Гончарова А.А., 4 курс

Создание художественного оформления книги в компьютерных программах позволяет одновременно решать несколько задач:

- ускорять процесс проектирования при оформлении книги;
- создавать объекты графического дизайна, соответствующие эстетическим критериям цифровой эпохи;
- разрабатывать оригинал-макет книги в соответствии с требованиями современного полиграфического производства.

На основании вышеизложенного можно говорить о том, что очерчивается задача максимального раскрытия возможностей компьютеризации дизайн-проектирования печатной книги. С данной точки зрения, проблема использования компьютерных технологий в процессе преподавания дисциплины «Дизайн книги» в вузах становится достаточно актуальной. Стоит отметить, что данный способ проектирования книги непосредственно влияет на отношение обучающегося к профессиональной деятельности. Интерес обусловлен тем, что современные студенты, достаточно глубоко погруженные в виртуальный мир, начинают осознавать, что книга больше не является атавизмом, теряющим часть своих функций. Книжный дизайн начинает открываться перед ними как область проектной деятельности, представляющей для них новые возможности поиска оригинальных решений на основе возможностей компьютерных программ.

В связи с изменением запроса общества к выпускнику вуза, наблюдается адаптация дизайн-образования к современным условиям. В связи с этим встает вопрос о необходимости разработки новой методологии компьютеризированной дизайн-деятельности в области книги. В настоящее время цель учения определяется, как непрерывное развитие творческой личности, что трактуется социальным заказом. «Творческая личность – это интегральная личность, которая мотивируется поиском оригинальных решений проблемы и новизны» [1, с. 8].

Исходя из вышеизложенного возможно констатировать, что изменяются концептуальные основы процесса обучения в связи с применением цифровых технологий в дизайне книги. Особенно это актуально для творческой деятельности. Творческое мышление зачастую проявляется в таких качествах, как оригинальность и гибкость, в качестве основного критерия его оценки часто рассматривается способность креативно мыслить – умение находить нестандартные решения, которые далеко отклоняются от обычных.

Развитие творческого мышления наилучшим образом осуществляется, когда обучающиеся вовлечены в проектную деятельность с применением компьютера, так как использование цифровых технологий позволяет им сосредоточиться на процессе непосредственного творчества, облегчая механическую составляющую процесса дизайн-проектирования.

Осуществляя преподавание дисциплины «Дизайн книги», педагогу необходимо сформировать у обучающихся ценностное отношение к деятельности, которое проявляется как личностная заинтересованность в достижении высокого профессионального результата, что способствует формированию его профессиональных компетенций.

Достаточно актуален тот факт, что проектирование книги, именно на основе компьютерных технологий, является одним из способов развития творческого мышления у студентов-дизайнеров. Интерес обучающихся к данному виду проектной деятельности обусловлен особенностью содержания компьютерного дизайна книги, основанного на синергии искусства и цифровых технологий. Однако не следует при этом забывать, что необходимым условием, дающим возможность создавать современные креативные проекты, является наличие у дизайнера таких личных качеств как талант, знание законов композиции и умение их применять в процессе творческой деятельности, эстетический вкус, опыт, мастерство, которые дают им возможность вырабатывать собственный стиль творчества.

Осуществляя процесс преподавания традиционных дисциплин на основе использования новых технологий, педагог должен спроектировать достаточно эффективный образовательный процесс. Преподавание дисциплины «Дизайн книги» актуально начать с мини-лекции, на которой подробно освещается вопрос об особенностях такого вида графического дизайна, как книжный.

Следующий этап проектирования – это исследование, на котором студентами собирается информация, дающая представление о той задаче, которую им предстоит решить. Обучаемыми осуществляется теоретическое исследование в области книжного дизайна на уровне изучения его структуры, что способствует поискам новых форм построения архитектоники издания. Изучение современных тенденций в области книгоиздания вовлекает учащихся в процессы происходящие в данной области графического дизайна, что стимулирует их интерес к дальнейшей профессиональной деятельности.

Так же на данном этапе студенты могут проводить интервью с представителями целевой аудитории, для лучшего понимания целей и задач проекта. При анализе аналогов, учащиеся могут ознакомиться с тем, как другие специалисты решали подобные профессиональные задачи, выявив плюсы и минусы того или иного решения [5, с. 26].

На следующем этапе студенты осуществляют художественно-конструкторский поиск, который предполагает осмысление и воплощение первоначальных творческих идей в эскизно-графической форме.

Преподаватель, в процессе работы над проектом, контролирует и активизирует выбор материала студентами и предлагает создавать эскизы, используя любой инструмент программного обеспечения, например, кисть, шпатель, мел. Их можно легко изменять, а также выбирать другую фактуру бумаги, при этом сохраняя уже созданные наброски и изображения.

В случае неудачного решения операцию можно легко отменить, также учащиеся имеют возможность сохранять копии изображения на различных стадиях его создания, чтобы в дальнейшем сравнить результаты и выбрать из них лучший. Данные возможности, несомненно, стимулируют интерес студентов к творчеству.

В процессе проектирования недопустима пассивная деятельность, в связи с этим необходимо активизировать творческое мышление студентов-дизайнеров постановкой проблемных задач. Обучающимся предлагается провести анализ аналогов книжных изданий, по теме их проекта; сравнить возможности отечественной и зарубежной полиграфии; самостоятельно придумать способы синтезирования традиционных приемов выполнения книжной графики и возможностей компьютерных технологий и т.д. На данном этапе студенты включаются в самостоятельное решение проблемных ситуаций, в результате чего осуществляется связь обучения с задачами их общего развития.

Следующий этап творческого процесса – макетирование, здесь студенты решают такие задачи, как: построение архитектоники книги и отработки визуально-ритмического ряда будущего издания. При проектировании раскладки будущего издания студенты в своей работе могут воспользоваться возможностями программы AdobeInDesign, которая позволяет быстро продумать композиционно-ритмический сценарий книги: формат издания, полосы набора и иллюстраций. Для решения

поставленных задач формообразования, обучающийся должен предложить свои способы проектирования креативной конструкции внешнего и внутреннего оформления книги. При выполнении эскизов по созданию художественного образа книги студентам необходимо придерживаться основных законов композиционного построения.

В процессе деятельности обучаемых по созданию проекта, преподаватель стремится развить у них способности творчески мыслить, направленные на создание новых креативных решений. Учебный процесс в таком случае проектируется таким образом, чтобы происходило формирование творческой личности, способной быстро реагировать на возникшие задачи, требующие креативного решения.

Также одно из преимуществ использования компьютерных технологий при проектировании книги - это наличие цветowych палитр, которые дают возможность экспериментировать с цветом, не затрачивая на этот процесс колоссальные временные ресурсы.

На заключительном этапе проектирования создается итоговый оригинал-макет книги, дорабатываются иллюстрации, осуществляется верстка, с учетом формата и направленности издания, а также технологии производства. Студенты в процессе деятельности должны спроектировать объект книжного дизайна, отражающий единство формы и содержания, построенный по законам композиции.

Включение в проектирование такого мощного инструмента как компьютер позволяет создать оригинал-макет книги полностью готовый к полиграфическому воспроизведению. Таким образом студенты, используя цифровые технологии, получают профессиональный инструмент, который актуален как на стадии предварительного проектирования, так и на финальном этапе сдачи оригинал-макета в печать.

Однако в дизайн-проектировании книги на основе компьютерных технологий есть и определенные проблемы. Чрезмерное увлечение возможностями компьютера может привести студентов к бездумному использованию модных приемов, превратив книжное издание в нечто посредственное, не обладающее содержательной и художественной ценностью. На данном этапе важна роль педагога, который в процессе учебной деятельности следит за тем, чтобы учащиеся не увлекались техническими возможностями компьютерного проектирования, а также поверхностным использованием современных трендов книгоиздания, так как подобная деятельность способна привести к снижению эстетических качеств издания. В том случае, если студенты научатся продуманно использовать компьютерные технологии, то они будут давать им возможность качественнее и быстрее осуществлять эскизный поиск, а оценив результат, отметить слабые идеи, не затрачивая время на техническое исполнение.

В процессе преподавания курса «Дизайн книги» важно сформировать у студентов готовность к самостоятельному выполнению

конкретных видов проектной деятельности, умение квалифицированно решать профессиональные задачи и оценивать результаты своего труда. На современном этапе актуально применять в процессе формирования профессиональных компетенций студентов метод проектов, направленный в первую очередь на развитие опыта профессиональной деятельности студентов.

Рассмотрим более подробно использование цифровых технологий и знаний о современных тенденциях книгоиздания на примере разработки нескольких дизайн-проектов, выполненных студентами в процессе изучения дисциплины «Дизайн книги».

Особенностью создания художественного образа книги является то, что иллюстрация становится визуализацией литературного текста. Особенно интересны проекты, при разработке которых студент выступает в нескольких ипостасях: дизайнер, иллюстратор, автор литературного текста. Таковой является книга «Король-оборотень» (рис.3), в данной работе наблюдается тонкая связь литературного текста и графического изображения: композиционно-ритмическая структура иллюстраций подчинена конструкции книжной формы и соответствует структуре самого произведения. Иллюстрации выполнены в графическом редакторе, но при этом имитируют традиционную технику графики. Данного эффекта студент достиг экспериментируя с настройками слоев, используя различные кисти, применяя маскирование и накладывая различные фильтры в программе AdobePhotoshop.



Рисунок 3. Студенческая работа, Ермакова А.О., 4 курс

Авторские иллюстрации могут украшать не только художественную литературу, но и научно-популярную, где целесообразно использовать информационную графику (рис. 4). В последнее десятилетия инфографика вновь получила распространение в отечественном книжном дизайне, особенно в образовательной литературе, «создание художественного творческого начала со знанием основ проектной деятельности в инфографике поможет при формировании необходимых теоретических знаний, практических умений и навыков» [3, с. 280]. Объекты информационного дизайна, наиболее целесообразно разрабатывать с использованием специальных компьютерных программ, с их помощью

возможно автоматически структурировать массивы данных и визуализировать их в базовые объекты информационного дизайна. Спроектированные подобным образом издания интересны читательской аудитории, так как они не только имеют красочное оформление, но и позволяют быстро ознакомиться с интересующей информацией.



Рисунок 4. Студенческая работа, Гончарова А.А., 4 курс

Возможности современной полиграфии, а также появление новых синтетических материалов и красителей, предоставляют студентам огромные возможности для воплощения их творческих замыслов. Особенно интересны проекты с точки зрения художественного конструирования книги, которые комбинируют в себе ряд тенденций, характерных для книжного дизайна в настоящее время. Так при создании подарочного издания «Искусство оригами» студент разработал конструкцию короба, на основе формы сложения оригами – коробочки Тато (рис.5). Так же внутри издания есть несколько листов с перфорацией, благодаря которой можно вырвать лист бумаги и сложить из него фигурку по схемам, предложенным в книге.

В типографском исполнении данное издание так же интересно тем, что реализует не так давно появившуюся на рынке полиграфии возможность – печать красками из палитры Pantone на цифровых машинах. Знание возможностей, которые предоставляют дизайнеру новые полиграфические материалы, позволяет обучающимся при проектировании издания экспериментировать с его конструкцией, что является стимулом для развития творческого мышления.

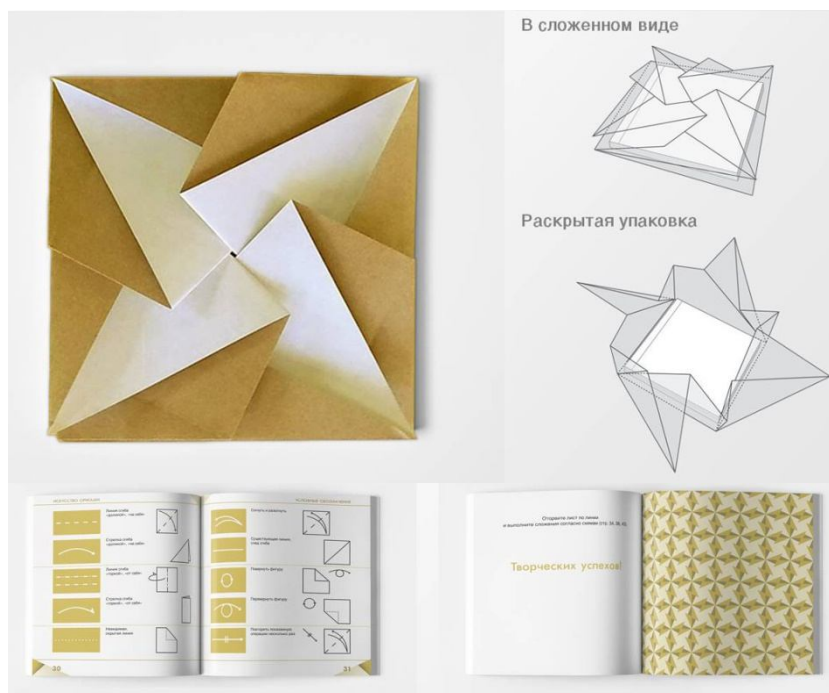


Рисунок 5. Студенческая работа, Новикова Д.Р., 4 курс

Новые возможности для работы с книгой представляет и digital-пространство, так, например, с помощью дополнительного аудио воздействия на читателя можно добиться более глубокого восприятия текста. Например, поэтический сборник, посвященный морю, где каждое стихотворение имеет свое музыкальное сопровождение, для этого на авантитуле сборника размещается QR-код со ссылкой на альбом, в котором собраны музыкальные композиции (рис. 6). Все оформление книги направлено на достижение главной цели: погрузить читателя в атмосферу издания, прочувствовать каждое мгновение, отображенное на страницах.

Проектирование современных изданий с использованием возможностей компьютерных программ обусловлено взаимосвязью между развитием книжного дизайна в контексте эволюционного изменения культуры. Книга, как носитель информации, всегда видоизменяла свою конструкцию и архитектуру в зависимости от потребностей эпохи. Развитие цифровой экосистемы не могло не сказаться на сфере книгоиздания. Поиск новых решений в области художественного конструирования изданий, с учетом тех возможностей, которые предоставляет компьютер, способствует развитию интереса у студентов-дизайнеров к данной области графического дизайна.



Рисунок 6. Студенческая работа, Романова Т.Ю., 4 курс

Создание дизайн-проекта книги с использованием компьютерных графических программ дает студентам возможность глубже изучить проблемы современного книгоиздания и определить перспективы его развития. У студентов, в процессе обучения, расширяется объем классических теоретических знаний в области дизайна многостраничных изданий, с одной стороны, с другой, они используют возможности графических программ, которые обогащают и дополняют классические приемы художественного проектирования. В результате - происходит интеграция знаний о традиционном дизайне книги и возможностей современных компьютерных технологий, которые обогащают классическую книжную графику, что стимулирует интерес студентов к изучению данной дисциплины. Также создание макета в программе AdobeInDesign дает возможность с помощью применения разнообразных шаблонов экспериментировать с построением композиционно-ритмических рядов в проектируемом издании.

Изучение дизайн проектирования книги с использованием возможностей компьютерной графики дает возможность студентам осваивать и закреплять ранее полученные практические знания в области графического дизайна и использовать их в конкретных случаях для создания собственного проекта.

Дальнейшая судьба книги, как носителя информации, во многом зависит от сознательной творческой работы будущих графических дизайнеров. Для того, чтобы в условиях современной цифровой экосистемы книга сохранила свое место, необходимо преподавателю стимулировать студентов к внимательному изучению ее природы и потенциальных возможностей развития на основе использования инновационных компьютерных технологий.

В процессе обучения студентов, построенного на применении вышеизложенных методов проектирования книжных изданий и организации учебного процесса, происходит наиболее эффективное овладение студентами классическими знаниями и умениями в области книжного дизайна, сочетающимися с комбинированием традиционных

знаний и современных возможностей компьютерных технологий, что усиливает у обучаемых интерес к деятельности и повышает их творческий потенциал. В связи с этим развитие креативного творческого мышления студентов осуществляется на более высоком уровне, что дает возможность формирования профессиональных компетенций студентов наиболее эффективно.

Использованные источники:

1. Катханова Ю.Ф. Творческие способности и их развитие в графической деятельности: монография / Ю.Ф. Катханова. — Чебоксары: ИД «Среда», 2018. — 140 с.
2. Корятов О.В. Иллюстрированная книга. Конструкция и композиция / О.В. Корятов. — М.: Галарт, 2014. — 224 с., илл.
3. Лаптев В.В. Проектные основы инфографики : учебное пособие / В.В. Лаптев. — М.: АВАТАР, 2016. — 287 с.
4. Ляхов В.Н. Искусство книги. Теория и практика. — М.: Галарт, 2015. — с. 304 с., илл.
5. Маламед. К. Тонкости визуального дизайна для профессионалов. — СПб.: Питер, 2018. — 336 с., илл.
6. Овчинникова Р.Ю. Дизайн-проектирование: теоретические основания и специфика/ Р.Ю. Овчинникова. // Омский государственный технический университет. – 2012. – № 1. – С. 267–270.
7. Рубинштейн С.Л. О мышлении и путях его исследования. — М.: Педагогика, 1958. — 142 с.
8. Яцюк О.Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект: автореферат дис. ... доктора искусствоведения : 17.00.06 / Всерос. науч.-исслед. ин-т техн. эстетики. — Москва, 2009. — 64 с.

Мамунова А.С., Калибекова С.К., студенты бакалавриата специальности «Дизайн» КазУЭФМТ.

Базарбаева С.М. – научный руководитель, д.т.н., профессор, заведующая кафедрой «Дизайн» КазУЭФМТ. г. Нур-Султан, Казахстан

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ИНТЕРЬЕРА УЧЕБНОГО КАБИНЕТА

Аннотация. Учебная аудитория является одним из ведущих звеньев в организации учебного процесса и проведения всей работы на занятиях. Она должна выполнять педагогические, дидактические и социальные функции. Специализированная аудитория должна способствовать более быстрому усвоению информации и получению профессиональных навыков. В этой связи была проделана работа по реконструкции дизайна

интерьера учебного кабинета нашего университета для создания комфортной среды для обучающихся в ней студентов.

Ключевые слова: дизайн интерьера, учебный кабинет, педагогические технологии, дизайн-проект.

На сегодняшний день Казахстан сделал уверенные шаги в выходе на международный уровень образования. По данным за начало 2019 г., Казахстан занял 35 место по индексу образования, это говорит о том, что граждане нашей страны стали все больше уделять внимание высшим учебным заведениям и образованию в целом [1].

С каждым годом сфера образования меняется, все больше выпускается молодых специалистов в новых сферах профессий.

Сфера дизайна является одной из самых стремительно развивающихся сфер, во всех его проявлениях, начиная с ландшафтного дизайна и заканчивая дизайном интерьера. В Казахстане дизайн находится на постоянной стадии развития, что ясно дает понять, что в будущем специальность «Дизайн» будет одной из самых востребованных. Доказательством этого свидетельствует постепенное открытие этой специальности во многих ВУЗах нашей страны.

Благоприятная среда для обучения является одним из самых важных критериев при получении качественного образования. Но необходимо отметить, что учебные помещения не всегда соответствуют новым эстетическим нормам. Опираясь на современные международные стандарты можно предложить множество решений. Одному из таких решений была посвящена данная творческая работа.

Изучив интерьер учебных кабинетов в таких ВУЗах, как Казахская национальная академия искусств имени Т.К. Жургенова (КазНАИ), Казахская национальная консерватория имени Курмангазы, Казахский национальный университет искусств (КазНУИ), были выявлены плюсы и минусы обустройства этих учебных помещений.

Разработка интерьера кабинета дизайна должна содержать в себе все индивидуальные потребности для комфортного нахождения в кабинете. При проектировании должно учитываться развитие моды, новые тенденции и новые архитектурные течения.

Целью данной работы была разработка такого интерьера кабинета дизайна, который бы способствовал повышению качества обучения, вдохновлял обучающихся на новые креативные идеи.

При правильном оформлении кабинета стимул обучаться будет больше, нежели в кабинете с минимальным эстетическим оформлением.

В процессе работы были изучены техническая документация, справочная, научная и специальная литература, необходимая для выполнения поставленных задач.

Выбранный кабинет представляет собой учебную аудиторию в 21 кв.м. прямоугольной формы, имеет учебную мебель, стены, покрытые

пластиком и «вагонкой», радиатор отопления и вертикально расположенные трубы. Данный кабинет, с точки зрения дизайна, является абсолютно неуютным, непривлекательным и не располагающим к плодотворной творческой работе учебным помещением (рис. 1).



Рисунок 1. Кабинет до реконструкции

На первом этапе были проработаны несколько вариантов эскизов интерьера в разных стилях. Были изучены такие стили и направления в дизайне интерьера как стиль «эко стиль», «поп-арт», «классика», «модерн», «лофт» и др.

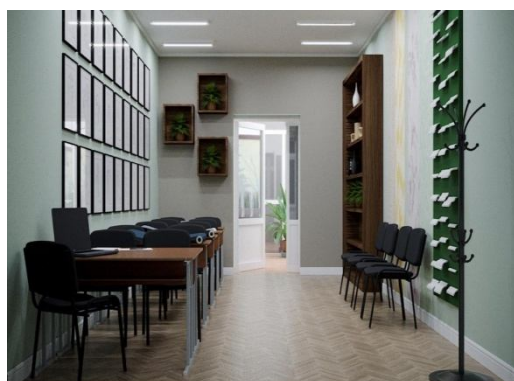




Рисунок 2-7. Эскизные варианты дизайна интерьера кабинета

Первостепенной задачей при реконструкции интерьера данного кабинета было создание внутри помещения такой среды, которая соответствовала бы его практическому назначению, не теряя при этом эстетических характеристик. Окончательным вариантом был выбран эскизный проект в стиле эклектика (рис. 8).



Рисунок 8. Выбранные варианты дизайна интерьера кабинета

Эклектика – это стиль, идейно выросший из философского течения, уходящего корнями во второй век нашей эры. Центральная идея эклектики смешение разнородных стилей, эпох и культур. Это гармоничное сочетание, на первый взгляд, не сочетаемых вещей.

Эклектичный дизайн подойдёт для каждого любого жилого помещения, стиль нацелен на комфорт. Он сплетает историю и современность, элементы из разных стран и культур, гармонично сочетающихся между собой.

Цвет в эклектике выступает объединяющим фактором. Разнородные элементы сочетаются благодаря единству цветовой гаммы. Предпочтение отдается чистым и природным оттенкам: небесно-голубой, насыщенный

зелёный, серый, солнечно-желтый, цветочно-розовые оттенки различной яркости. Насыщенность оттенков варьируется, одинаково уместными будут яркие сочетания и пастельные гаммы.

Эклектика современна и не выйдет из моды, потому что способна соединить в себе разные стили. Такой интерьер подойдет для творческих людей, которые не желают загонять себя в рамки одного стиля. Эклектика подойдет тем, кто не терпит однообразия [2].

Разработка дизайна интерьера, определяющая черта современного мышления, один из важных признаков современной культуры, связанных с творческой деятельностью человека.

Разработка дизайна интерьера учебного кабинета является составной частью исследовательской работы, в которой все цели были направлены на выявление благоприятных и неблагоприятных факторов в учебных кабинетах. Устранение или уменьшение влияния негативных воздействий на обучающихся и работников образовательного учреждения.

Дизайн, в отличие от других видов художественного творчества органично соединяет эстетическое и трудовое воспитание, так как процесс создания вещи (от замысла до изготовления в материале) – наиболее эффективно развивает творческие способности, формирует эстетический вкус, воспитывает здоровые потребности человека.

Особенность дизайна заключается в том, что каждая вещь рассматривается не только с точки зрения пользы и красоты, но и с точки зрения процесса функционирования.

Дизайнер ищет оптимальную форму каждого элемента, учитывая, как она зависит от рабочей функции (назначения) изделия и связей с человеком.

Дизайнер интерьера стремится найти такую форму, пропорции, цвет которые вызвали бы определенный эмоциональный отклик. Важным фактором, влияющим на настроение и самочувствие человека, является цветовая гамма помещения [3].

Изобразительные средства дизайна являются общими для пластических искусств: точка, линия, фактура, текстура, цвет, форма, объем, пропорция, масса и пространство. Эти составляющие комбинируются на основе принципов композиции: симметрии, асимметрии, равновесия, ритма, движения и т.д. Гармония и контрастность как универсальные средства искусства являются системообразующими в дизайне интерьера кабинета [4].

Таким образом, разработка любого архитектурного дизайнерского проекта должна быть ориентирована на создание гармонии, которая наиболее располагает к процессу обучения.

Подготовка нового интерьера для обучения профессиональной деятельности в процессе социального проектирования несомненно должна учитывать главную составляющую творческой профессии - гармонизацию.

Если говорить о гармонизирующей творческой составляющей учебного помещения, о его проектной части, выделили следующее:

1. Кабинет учебного назначения должен стремиться настроить на обучение.

2. Функциональное наполнение кабинета должно соответствовать форме и наоборот, его форма должна соответствовать функциональному содержанию.

3. Кабинет должен не только настраивать на учебу, но и вдохновлять на новые поиски и техники выполнения в современном дизайне.

Использованные источники:

1. <http://lenta.inform.kz/ru/>.
2. Макарова В.В. Дизайн помещений: стили интерьера на примерах. / Макарова В.В. – СПб.: ВHV, 2011. – 160 с.
3. Роль цвета в оформлении <http://rilmark.com/content/view/Rol-cveta-v-oformlenii-sayta>.
4. Шевелев И.Ш. Логика архитектурной гармонии. М.,1973.

Копченова М.И., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ИНТЕРАКТИВНАЯ КНИГА И НОВЫЕ СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЧИТАТЕЛЕМ

Аннотация. Активное развитие цифровых технологий во многом повлияло на печатные издания. Появились совершенно иные способы передачи информации: печатные издания постепенно уходят на второй план, на их место приходят цифровые, в связи с этим перед дизайнерами встают новые задачи. В статье рассмотрены характерные особенности современных электронных книг.

Ключевые слова: дизайн книги, иллюстрация, цифровая живопись, 2D-графика, анимация, интерактивная книга.

Последние изменения в коммуникационных технологиях вызвали опасения, что книга как формат находится под угрозой. Экспертов беспокоит, что читатели, привыкшие к краткой прозе из твитов и скорейшей доставке книг на свои планшеты, могут потерять интерес к длинной форме литературной прозы [1]. Но не смотря на все опасения книги уже доказали, что могут пережить культурные сдвиги, и пример тому – интерактивные издания.

Интерактивная книга – это электронная или «цифровая» книга, взаимодействующая с читателем и предлагающая ему иные виды деятельности, кроме чтения [2]. Она предназначена для активного участия

читателя через ссылки или встроенные функции. Такая книга позволяет читать, смотреть, слушать и «взаимодействовать» с текстом.

Книга, как отмечал Е.Б. Адамов, осуществляет специфическую связь писателя с большим числом людей. Она создается с четко поставленными целями, рассчитанным характером воздействия на читателя и направлена на определенные читательские круги. Книга способна ставить задачи, разрешать актуальные проблемы, обучать и воспитывать, регулировать отношения и развлекать. Жизнь отдельного человека и общества трудно представить себе без книги. Само издание, как определенный вид, порождается социальными потребностями общества [3].

Электронные книги благодаря включению интерактивных элементов и анимации, благодаря её формату, обогащенному движением, и особому стилю визуального повествования не теряют своей привлекательности для читателя. Такие издания обладают огромным потенциалом оригинальных решений, по сути ограниченных лишь только фантазией авторов. Благодаря технологиям, иллюстрации в них могут быть не только анимированными, но и откликаться на различные действия читателя.

С чего начиналась интерактивная книга? Истоки её создания – во времена, когда компьютерные технологии отсутствовали. Нередко среди печатной, особенно детской, литературы можно встретить интересные издания, иллюстрации в которых представляют собой игры и головоломки, а в тексте присутствуют ссылки на дополнительную информацию. Всё это делает чтение книги живым и увлекательным процессом.

Интерактивность – это прежде всего общение с пользователем. Раньше ключевым фактором этого диалога была фантазия читателя. Теперь же книги умеют общаться с читателем по-настоящему, откликаясь на его действия с помощью анимации, мини-игр, ссылок на сайты, видеороликов и многих других средств.

Разнообразные мультимедийные средства и их взаимодействие содержат множество относящихся к восприятию (перцептивных, когнитивных) аспектов, важных для читателей. Специфическими характеристиками интерактивных изданий является высокая нагрузка, в особенности на зрение, а также она требует усваивания больших объемов информации, заложенных в книгу.

Поэтому дизайнеру, занимающемуся оформлением таких книг необходимо учитывать все эти особенности, чтобы качественно выполнять свою работу.

Примеры интерактивных книг:

Компания НААВ Entertainment (Россия, г. Екатеринбург) в 2013 году представила новый подход к интерактивным книгам. Проект «SHERLOCK: Interactive adventure» является уникальным прочтением оригинального рассказа «Союз рыжих» сэра Артура Конан Дойла. Приключения Шерлока Холмса идеально подходят для их главной цели: удержать интерес читателя и заморозить его с помощью 3D-технологий. Иллюстрация в

книге представляет собой «окно» в 3D-мир детективной истории. Наведением пальца на иллюстрацию можно вращать ее на 360 градусов, увеличивать и отдалять, тем самым словно «осматриваясь» в происходящем сюжете. Кроме оригинального текста, мир книги наполнен фотографиями и иллюстрациями, первостепенными и второстепенными персонажами, звуками омнибусов, скрипами, стуками, атмосферной музыкой в каждой сцене, множеством заметок о жизни города, десятками предметов и детальной картой Лондона. Улицы города и интерьеры домов воссозданы по реальным картинам и фотографиям [4].

Ещё один пример – «Фантастические летающие книги мистера Морриса Лессмо» – это интерактивное погружение в рассказ Уильяма Джойса от студии Moonbot Studios, которое представлено в мобильном приложении, иллюстрированной книге и анимационном фильме, удостоенном премии «Оскар» (2012). Эта история – острая, юмористическая аллегория о целебных свойствах книги. Данное издание, как заявляют создатели, является одновременно старомодным и современным, в нем использованы различные методы производства, включая миниатюры ручной работы, компьютерную анимацию, 2D-анимацию и инновационную интерактивность [5].

В этой интерактивной книге, рассчитанной на более юную целевую аудиторию, чем «Союз рыжих», можно ремонтировать книги, падать сквозь шторм, изучать фортепиано и даже «потеряться в книге», пролетая через волшебный мир слов, что дает удивительное динамичное путешествие по истории, вовлекая юных читателей во взаимодействие с книгой.

Выделим характерные особенности анимированной интерактивной иллюстрации, анимированного текста и изображения в современных электронных книгах:

1. При взаимодействии с анимированной интерактивной иллюстрацией (тактильный контакт) автоматически проигрывается предусмотренное действие или звуковой эффект.

2. Так называемый «плоский дизайн» пользуется популярностью в сфере создания анимированной интерактивной иллюстрации с технологией 2D. Выдержанные в данной стилистике персонажи обладают плавными, округлыми формами.

3. Анимация текста включается автоматически при нажатии кнопки «перейти к следующей странице»; по умолчанию текст либо скрыт, либо анимация проигрывается без звука.

4. Анимация дополняет сюжет, содержание книги и в то же время реализует новую функцию при помощи технологии дополненной реальности: читатели могут ощутить иллюзию взаимодействия рисованного персонажа с реальным миром. Анимационный эффект направлен на то, чтобы привлечь внимание, а в случае если книга рассчитана на детей – помочь им лучше усвоить, запомнить содержание

книги. Анимация является одним из ключевых элементов дизайна книги, влияющих на процесс чтения с технологией «погружения» в мир книги.

5. Интерактивные и анимационные эффекты воспроизводятся при помощи клика. Этот жест является интуитивно понятной формой управления для читателей любого возраста.

Таким образом, комбинация различных мультимедийных средств, таких как анимированные иллюстрации, текст, звук, позволяют дизайнеру создавать креативные проекты, которые могут заинтересовать читателя и удержать его внимание.

Использованные источники:

1. Guzzetti B., Lesley M. Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media. –A: Arizona State University, 2016. – 789 с.
2. Что такое интерактивная книга. <https://eksmo.ru/slovar/interaktivnaya-kniga/> (дата обращения 08.04.2020)
3. Адамов Е.Б. Книга как художественный предмет. Часть первая. — М.: Книга.1988. — 399с.
4. SHERLOCK: Interactive Adventure. <https://www.kirkusreviews.com/book-reviews/haab-entertainment/sherlock-interactive-adventure/> (дата обращения 08.04.2020)
5. The fantastic flying books of Mr. Morris Lessmore. <https://moonbotstudios.com/work/the-fantastic-flying-books-of-mr-morris-lessmore/> (дата обращения 08.04.2020)

Луговцев А.Ю., аспирант, ФГБОУ ДПО "Академия медиаиндустрии"

ДИЗАЙН-ФИКШН: ИНТЕГРАЦИЯ НАУКИ, ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

Аннотация. Развитие медиатехнологий приобрело такой же всеохватывающий характер, как и развитие проектной культуры. И то и другое оказывает все более осязаемое влияние на образ жизни людей и культуру в целом. В докладе выявляются некоторые значимые аспекты слияния этих течений, а также корпоративных и научных интересов в художественном пространстве экранных искусств. Раскрывается набирающий популярность в медиатеории термин «дизайн-фикшн».

Ключевые слова: дизайн, объектный дизайн, экранные искусства, диегетический прототип, дизайн-фикшн, концепт-дизайн, экранный образ, эстетизация, экранный прототип, кинематограф, анимация, видеоигры.

Мы постоянно пользуемся плодами дизайн-решений в производстве, быту, виртуальном мире и т.д. При этом, первичная стадия и

фундаментальная функция дизайна традиционно реализуется несколько дистанцировано от повседневности. На разработку новых продуктов, систем и дизайн-решений уходит много времени, прежде чем они попадают в непосредственное поле досягаемости массовой культуры. Творческий процесс, основанный на воображении, опосредующем, как писал М.С. Каган, «переход от одного бытийного уровня к другому» [1], долгое время оставался скрытым от большинства, но в наши дни наблюдается ускорение и все большая открытость этапов креативного поиска и разработки. Наиболее показательна в этом ситуация с промышленным и продакт-дизайном. В информационную эру активно используется возможность еще на этапе дизайна продукта получать обратную связь от массового потребителя. Стимулируется вовлечение групп потенциальных клиентов в итеративные циклы оптимизации проекта³. Для оценки востребованности того или иного дизайн-решения стали все чаще обнародоваться промежуточные результаты проектирования и даже начальные концепты. Это возможно, если есть подходящий для информационного тиражирования материал, доступно иллюстрирующий концепцию. И если в сфере интернет-технологий и коммуникаций в массовое тестирование на любой фазе может быть запущен программный код и его оболочка, то в сфере продакт-дизайна, промышленного дизайна, и множестве смежных отраслей необходимо произвести какой-либо медиа-прототип, легко тиражируемый в цифровых СМК, например, концепт-арт, 3д-модель, чертеж, медиа-файл. Таким образом идеи и дизайн-концепты получают первичную материализацию в виртуальном пространстве. Это можно назвать материализацией уже потому, что идея как результат чьего-то воображения перешла из нефиксируемого ментального поля в тот формат, который доступен познанию через чувственное восприятие. До начала XX века это могло быть изображение (рисунок, чертеж, скульптура), звук, печатный или рукописный текст. Некоторые возможности в динамической репрезентации мог дать театр с применением бутафории, костюмов или комплексного использования средств выразительности.

Появление на рубеже XIX и XX веков анимации и кинематографа открыло широчайшие перспективы для развития медиатекстов. Со временем, их применение стало не только средством сторителлинга, исторической фиксации, пропаганды, рекламы, информирования, но также и инструментом научного поиска, творческого эксперимента, остранения, эстетизации⁴.

³ Например, различные интернет порталы, посвященные новой модели сбора средств на реализацию проекта, которую называют Fund-raising (пер. с англ: сбор денежных средств), или Crowd funding (пер. с англ: финансирование средствами толпы, большого количества людей) позволяют спонсорам выбрать вариант продукта или повлиять на его дизайн.

⁴ Эстетизацию мы понимаем в границах теории А.Баумгартена как создание условий для возможности познания через чувственное восприятие.

В экранных медиа первичная эстетизация новых концептов и дизайн-решений отражается ярче всего. В повседневную практику бизнес-отношений вошло создание специальных медиапрезентаций, например, для показа прямым инвесторам. Получает все большее распространение совместная удаленная работа над дизайн-проектом и анализ макетов в режиме виртуальной реальности. Но отдельного рассмотрения требует экранное пространство художественного вымысла, по ряду причин оказавшееся чрезвычайно благоприятным для интеграции технических и гуманитарных идей. В фильмах, сериалах, анимации, современных видеоиграх и других направлениях экранных искусств наряду с аудиовизуальной динамической демонстрацией объектов в разных ракурсах, снаружи и внутри, объекты и персонажи становятся частью определенного нарратива, как в литературе. Это дает экранному производству возможность продемонстрировать не только оболочку дизайн-решения, например, формообразование объекта, физические алгоритмы его работы, но и те социальные сценарии, в которые он может быть вовлечен, или которые он может спровоцировать. Как выявил профессор Д. Кирби, уже в первой четверти XX века эти особенности кинематографа заинтересовали ученых так же, как возможности продакт-плейсмент⁵ заинтересовали производителей и торговцев. Научное сообщество, а затем и коммерческие структуры кроме внедрения в сюжет готовых объектов и товаров целенаправленно стали разворачивать перед зрителем новые концепты, прототипы систем и проектов, имеющих потенциал применения в будущем. Это помогало им найти широкую общественную поддержку своих начинаний. Профессор Кирби назвал визуализирующие такие концепты дизайн-решения диегетическими прототипами[2]. Он подчеркивает, что в экранных произведениях, построенных на диегетических прототипах, ученые стараются, в первую очередь, привлечь внимание к какой-либо новой технологии, которую намерены внедрить, или прогнозируемой в будущем проблеме, предлагая ее решение. Через кинопрезентацию в виде диегетического прототипа прошли проекты по освоению космоса, робототехнические, медицинские проекты и многие другие. Закономерно, что и сегодня синопсис научно-фантастических сюжетов связан с высокотехнологичными активно развивающимися или еще не внедренными проектами транспортных средств, технологиями виртуальной реальности, генетики, искусственного интеллекта и др. Чаще всего предлагаемые в фильмах проекты получают какое-то аудиовизуальное воплощение в виде конкретных объектов, будь то скафандр, ракета, искусственное сердце, летающая машина, устройство создания голографических изображений, робот или интерфейс новой программы. Опираясь на эти факты, ядром диегетического прототипа Кирби считает визуальный образ [2, с. 45]. Показывая новые объекты в

⁵ Продакт-плейсмент (от англ. Product-placement) – это коммерческое размещение, демонстрация брэнда, товара или услуги в художественном произведении с целью популяризации и повышения продаж.

выгодном свете, убеждая в их полезности и работоспособности, заинтересованные компании получают своеобразный «pre-product placement» в пространстве экрана и культурной сфере.

Публикации Кирби послужили для искусствоведов и критиков толчком к исследованию экранных произведений, акцентирующих социокультурную, научную, стратегическую значимость новых технологий и систем, а также бытообразующую роль новых объектов с помощью дизайн-решений. Такие произведения исследователи медиа стали характеризовать общим термином – дизайн-фикшн. Термин закрепился в научном дискурсе в последние годы. К этому направлению относят произведения, изучающие, моделирующие, прогнозирующие, и в некоторой степени формирующие будущее посредством дизайна и диегетических прототипов [3,4,5,6].

Все чаще в экранную композицию включаются новые концептуальные образы, но это не всегда диегетические прототипы. Необходимо подчеркнуть, что дизайн объектов для экранных искусств охватывает и симулякры вообще, и прототипы реальных технологий (диегетические прототипы). Внутрифильмовый или внутриигровой объект дизайна может стать как прототипом других экранных объектов, так и реального продукта. Наличие диегетических прототипов определяется в первую очередь степенью научной достоверности создаваемых образов, а принадлежность к направлению дизайн-фикшн – их влиянием на сюжет. В экранном пространстве любые вещи, объекты, как и другие аудиовизуальные элементы, становятся одноуровневыми означающими [7], и получают роль по воле режиссера. Но в произведениях категории дизайн-фикшн мы наблюдаем не визуально-формирующую, а сюжетообразующую функцию объектов и систем. То есть история разворачивается непосредственно под влиянием диегетических прототипов. И так как это новые концепции, визуализирующие их объекты не получилось бы заменить на другие без изменений в сюжетной линии. Все это приводит к выводу, что в экранных произведениях направления дизайн-фикшн демонстрация новых дизайн-решений происходит в русле теории функционального дизайна.

Экранно-материализованные дизайн-концепты, будучи симулякрами, как вид появились в так называемую эпоху технической воспроизводимости [8]. Новые технологии привнесли не только новую иерархию произведений искусства, охватывающую и симулякры, и реальные объекты, и содержащие их медиатексты, но и новые формы восприятия. Так, посредством монтажа, виртуального перемещения мы можем получить многосторонний, целостный образ масштабных объектов за гораздо более короткое время, чем понадобилось бы в реальности. Особое влияние имеет и контекст.

Восприятие объекта в контексте фильма почти исключает изолированное изучение объекта, – напротив, задействуется широкое

координационное мышление. В ходе просмотра, зрителя в первую очередь интересует, как люди взаимодействуют с объектами, какие смыслы они им присваивают, какое влияние объект оказывает на среду и общество, либо как он взаимодействует с предметной средой, преобразует диегетический мир, какое приобретает значение. И это очень гармонично коррелирует с сущностными чертами дизайн-проектирования. Ведь в конечном счете дизайн направлен не на разработку изолированного объекта, а служит повышению удобства человека, оптимизации какой-либо деятельности, решению задач. Многие из них требуют комплексного подхода, в результате чего создаются сложные взаимосвязанные цепочки из различных устройств и объектов. Эргономика в проектировании обеспечивает взаимодействие человека с вещью в многократном контакте или в постоянной работе. При проектировании учитывается и аксиологические аспекты. Аутентичные объекты дизайна не просто встраиваются, дополняют существующий контекст, но сами предлагают сценарии и контексты, преобразуя среду и образ жизни человека.

С другой стороны, зритель не взаимодействует с экранными объектами напрямую, как в жизни. Мы получаем эмоционально-эстетический опыт через динамику образа, действия и диалоги персонажей, наблюдая ракурсы и сценарии, выбранные операторами и режиссерами, либо управляем артефактами в интерактивных приложениях. Сам объект остается элементом экранной композиции. А потому стилистика и художественная сущность внутрикадровых объектов не теряют своей значимости. Более того, умышленный оригинальный стайлинг всего предметного мира в экранных произведениях нередко используется как художественный метод. А анимационные фильмы, видеоигры, прибегают к стилизации постоянно как в силу технологически-обусловленных причин, так и сложившихся традиций. Оригинальность, непохожесть окружающей среды является одной из выигрышных стратегий разработки VR-приложений. Кинофильмы, телесериалы, видеоигры, таким образом, могут прогнозировать не только технологические, но и стайлинг-решения. И это не удивительно, ведь привлечение ведущих профессионалов – дизайнеров, художников, архитекторов к творческой работе над экранными проектами часто сказывается в стилевом опережении диегетических художественно-пространственных решений по отношению к реальности в интерьерном, мебельном, архитектурном, транспортном, информационном дизайне, не говоря уже о костюмах и гриме. Такие произведения запоминаются смелой концептуальностью и задают тренды развития стилей и моды.

Дизайн-фикшн имеет и еще одну важную черту, которая заставляет переосмыслить современный подход к искусствоведческому анализу дизайн-объектов. Традиционно в спектр внимания исследователей дизайна попадают такие сферы дизайна, где объекты создаются для прямого взаимодействия с человеком. Много работ посвящено стилям интерьеров,

мебели, предметов быта, архитектуры, стайлингу промышленных изделий и транспортных средств. Эти объекты человек видит, слышит, использует непосредственно. Но в тех же автомобилях, мебели, сложной бытовой технике и электронике есть множество составных частей, которые время от времени тоже оказываются в контакте с пользователем, но чаще всего скрыты где-то внутри. Назовем их объектами второго уровня. Они не предназначены для каждодневного контакта с человеком, но означает ли это, что они менее эстетичны? Например, емкость для стеклоомывателя в автомобиле почти полностью скрыта между элементами двигателя, видна лишь крышка. Барабан стиральной машины, заменяемый картридж принтера и т.д. не так часто анализируются с эстетической точки зрения. Однако, стоит таким элементам оказаться на виду, как они начинают подвергаться стайлингу. Объекты переходят из одного уровня в другой и обратно. Например, раньше ручной клаксон ставился на машину снаружи, теперь в серийных машинах он скрыт, но водители грузовиков иногда и сегодня устанавливают хромированные клаксоны снаружи. Переходы наблюдаются и в сфере оргтехники, компьютеров. Сейчас, когда многие стали собирать системный блок компьютера по частям от разных брендов, некоторые из внутренних модулей, например, видеокарты, системы охлаждения процессора, покупаются в том числе из-за привлекательного внешнего вида. Эти объекты переходят в группу первого уровня. Хотя, несомненно, изначальная форма таких объектов и без стайлинг-оболочки вполне соответствует функции. Такие скрытые элементы могут быть в высокой степени эстетичны. Прямое тому подтверждение – наручные часы и другие устройства с прозрачным корпусом, раскрывающим внутренне устройство. Медиапрезентация, будь то рекламный ролик или полнометражный фильм, отлично способствует эстетизации скрытых, непривычных объектов для широкой аудитории. Она акцентирует, создает возможности эстетического восприятия и для объектов третьего уровня, например механизмов, аппаратов и узлов, которые проектируются преимущественно для взаимодействия с другими устройствами внутри машины, например, подшипники, шарниры, различные узлы и агрегаты. К третьему уровню можно отнести очень мелкие элементы (например, устройство камеры смартфона, систему лезвий электробритвы) или наоборот – масштабные инженерные сооружения, гидроплотины или ветрогенераторы, трудносопоставимые по размеру с человеком. Конечно, последние примеры относятся к инженерному проектированию, однако тот факт, что они должны быть безопасны (в том числе для обслуживающего персонала, специалиста, механика) оставляет и здесь весьма серьезные задачи дизайнерского уровня. Это подчеркивали В. Папанек, Д.Норман [9,10]. На первом плане снова вопросы баланса формы и функции, эстетики производства и потребления, поэтому мы рассматриваем их в поле дизайн-объектов.

Тема безопасности часто звучит в научно-фантастических фильмах, которые стали прямыми преемниками sci-fi литературы, где писатели-фантасты, многие из которых сами были учеными, в антиутопических сюжетах показывали возможные последствия научных и технических ошибок.

Таким образом, экранные произведения дизайн-фикшн раскрывают перед зрителем научные, технические и дизайн-концепты посредством экранных объектов дизайна. Дизайн-фикшн может обращать наше внимание на дизайн-объекты первого, второго, третьего уровня, а иногда визуализируют сложные научные концепты, одинаково успешно создавая условия для их эстетического осмысления. И чем непривычнее визуальный образ, тем предпочтительнее он может стать в качестве акцентированного экранного элемента [11]. Объекты третьего уровня нередко превращаются в центральные сюжетные элементы, удивляя нас своими художественными качествами.

Дизайн-фикшн стал направлением в экранных искусствах и культуре, соединяющим технические и гуманитарные инновации в пространстве художественного вымысла, задействуя научные данные, потенциал дизайна и медиатехнологии.

Использованные источники:

1. Каган М.С. Воображение как онтологическая категория // Серия “Symposium”, Виртуальное пространство культуры., Вып. 3 / Материалы научной конференции 11–13 апреля 2000 г. СПб: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С.71-74
2. Kirby D.A. The future is now: Diegetic prototypes and the role of popular films in generating real-world technological development. // *Social Studies of Science*, 2010. Vol. 40, No. 1. p. 43.
3. Coulton P. Lindley J. Sturdee M, Stead M. Design Fiction as World Building. / *Proceedings of the Conference: Research through Design, At Edinburgh, March 2017.* pp. 163–179.
4. Lindley J. Coulton, P. Back to the Future. 10 Years of Design Fiction. / *Proceedings of the British HCI Conference.* 2015. pp. 210–211.
5. Jensen, T. Vistisen, P. Strategic Design Fiction. *Akademisk kvarter / Academic Quarter*, 2018. pp.53-68.
6. Blythe, M. and Encinas, E. The Co-ordinates of design fiction: Extrapolation, irony, ambiguity and magic. In *Proceedings of the 19th international conference on supporting group work*, 2016, November. pp. 345-354.
7. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин : Ээсти раамат, 1973. С. 110-111.
8. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. / *Избранные эссе.* М.: Медиум, 1996. – 240 с.

9. Папанек В. Дизайн для реального мира. – М. : Изд: Д. Аронов, 2004. – 416 с.
10. Норман Д. Дизайн привычных вещей. – М. : Вильямс, 2006. – 364 с.
11. Луговцев А.Ю. Объектный дизайн и аспекты зрелищности экранного произведения. // Театр. Живопись. Кино. Музыка. – 2017. – № 4. – С. 133-153.

Миронова Н.А., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ТРЕНДЫ UX/UI ДИЗАЙНА

Аннотация: В статье рассматриваются голосовой интерфейс пользователя, дизайн AR/VR, развитие таких инструментов разработки интерфейсов как анимация, пользовательские эффекты и многое другое. Основное внимание уделено развитию UX/UI дизайна. Анализируются возможности, которые максимально просто и быстро приведут пользователя к нужной информации.

Ключевые слова: UX/UI дизайн, интерфейс, дизайн AR/VR, анимация, сайт.

Понятия UX и UI

UX (англ. user experience) — дословно означает «опыт пользователя». UX-дизайн отвечает за функциональность, адаптивность сайта и за то, какие эмоции он вызывает у пользователей. Чем понятнее интерфейс, тем проще взаимодействие с сайтом.

Другими словами, UX— это впечатления, которые клиент получает от работы с интерфейсом. Опыт пользователя зависит от различных компонентов: архитектуры сайта, графического дизайна, понятного текста и отзывчивости интерфейса на конкретные действия пользователя [1].

UI (англ. user interface) переводится как «пользовательский интерфейс». UI-дизайн включает в себя работу над графической частью интерфейса: анимацией, иллюстрациями, кнопками, меню, слайдерами, фотографиями и шрифтами.

UX и UI— главные инструменты в дизайне интерфейса сайта. На данный момент, все внимание дизайнера направлено на улучшение впечатлений и эмоций пользователя, полученные в результате пользования конкретным продуктом. Сайт, приложение, смартфон или любой другой веб-сервис, которым он пользуется, необходимо делать максимально удобным и понятным. Именно UX/UI лучше всего подходят для достижения этой цели. С их помощью сайт можно сделать красивым, удобным, хорошо структурированным.

В чем разница между UX и UI

UX-дизайнер планирует, как пользователь будет взаимодействовать с интерфейсом, какие шаги ему нужно предпринять, чтобы достичь цели, а UI-дизайнер продумывает, как будут выглядеть эти шаги и общий путь к цели [1]. Но на практике UX и UI тесно связаны, поэтому обычно проектированием интерфейсов занимается один дизайнер.

Ключевые UX/UI тренды

1. Голосовой интерфейс пользователя (Voice User Interface a.k.a. VUI)

Мы стали свидетелями увеличения количества голосовых действий, выполняемых пользователями. Самые распространенные сегодня в мире виртуальные помощники носят имена Siri (используется в продукции компании Apple), Cortana (интегрирована в поиск Windows 10 у Microsoft), Alexa (в колонках производства Amazon) и Google Assistant. В России есть свой аналог - Алиса от компании "Яндекс". Согласно статистике, опубликованной 99 firms (online marketing agency), 20% всех поисковых запросов в Google происходит при помощи голосовой команды и, кроме того, 31% пользователей смартфонов по всему миру применяют эту технологию как минимум раз в неделю [2].

Голосовой поиск позволяет упростить графику пользовательского интерфейса, но обогащает сайт новым методом коммуникации и выводит user experience на новый уровень. Однако важно учитывать, что голосовой поиск требует отдельной настройки в поисковых системах (SEO).

На данный момент, происходит постепенный уход от графических интерфейсов пользователя (GUI) и переходим на голосовые интерфейсы (VUI), которые в конце концов могут открыть путь для технических достижений в ИИ-индустрии и привлечь больше пользователей [3].

2. AR / VR дизайн

Виртуальная реальность (Virtualreality, VR) — это созданный компьютером мир, доступ к которому можно получить с помощью иммерсивных устройств — шлемов, перчаток, наушников [4]. Виртуальная среда имитирует реальный мир, не реагируя на его изменения, при этом пользователь может воздействовать на нее, погружаясь, к примеру, в видеоигру.

Дополненная реальность (Augmented reality, AR) просто добавляет реальному миру «слои». То есть люди могут по-прежнему взаимодействовать с физической средой, получая дополнительную информацию от своих устройств или приложений дополненной реальности [4]. Хорошим примером является приложение IKEA, которое при помощи AR позволяет дополнить реальную квартиру новыми виртуальными предметами мебели.

Согласно статье, опубликованной на Apple Insider, компания Apple планирует начать массовое производство AR-очков в ближайшее время. Это говорит о том, что технологии AR/VR будут еще более широко использоваться в грядущем десятилетии[5].

3. Градиенты

Новые дисплеи обладают качественной цветопередачей. Дизайнеры исследуют новые возможности градиентов в дизайне пользовательского интерфейса. Градиенты больше не служат для привлечения внимания: теперь они придают интерфейсу эффект объёма.

В градиенте используются сочетающиеся цвета, имеется конкретный источник света и создаётся эффект глубины в сочетании с фигурами. Даже монохромная палитра может заиграть по новому, если добавить к ней эффект объёма.

4. Эмоциональное восприятие в дизайне

Для создания хорошего **UX-дизайна** нужно изучить пользователя, а только потом предоставить продукт. Для лучшего понимания потребителя, необходимо прочувствовать его эмоции при взаимодействии с продуктом.

Отдельно хотелось бы сказать про эмпатию. Эмпатия — это понимание поведения пользователя на эмоциональном уровне. Эмпатия в дизайне шире понимания потребностей пользователей, она затрагивает контекст, ограничения, привычки и взаимосвязи между людьми в целом. Большинство технологий в настоящее время используются целым рядом людей из разных культур с различными физическими, умственными и ситуативными ограничениями. Потребность в эмпатичном дизайне только увеличивается, и такой подход позволяет понять, как люди ведут себя, чувствуют и решают проблемы [6].

В качестве хорошего примера можно привести сервис Spotify. Его создатели много работают над тем, чтобы анализировать человеческие эмоции и разрабатывают дизайн, полагаясь именно на это. Помимо того, что домашняя страница ресурса специально подстраивается под потребителя, они предлагают персональные рекомендации музыки, основываясь на конкретных днях и времени суток. Spotify предоставляют плейлисты, подходящие конкретно каждому пользователю.

5. Сторителлинг

Рассказывание историй в дизайне — это помощь пользователю в его путешествии на сайте, чтобы его опыт был максимально легким (в UX-дизайне).

Хорошая история помогает пользователю легче понять интерфейс. Чтобы рассказать историю, необходимо нарисовать картину того, что происходит, когда пользователь взаимодействует с определенным функционалом продукта. Создав историю и конфликт, который в конечном

итоге решается дизайном пользовательского интерфейса. Это основа повествования в дизайне продукта.

Хорошим примером является сайт Netflix – у них удобный процесс регистрации. Для них важно удостовериться, что их пользователи точно знают, что они покупают. Они с самого начала сообщают, что включено в подписку и сопровождают на каждом этапе создания учетной записи.

И если пройти дальше на их домашнюю страницу, можно увидеть еще один великолепный пример дизайн-сторителлинга и эмоциональный дизайн, отраженный в таких функциях как «Продолжение просмотра» или «Новые релизы для вас». Также сайт анализирует просмотры пользователей и дает рекомендации в конце фильмов.

6. Упрощение навигации

Этот тренд не вписывается ни в тренд минималистического/плоского дизайна, ни в прогрессивное упрощение интерфейса, но является совершенно отдельным направлением.

Упрощенная навигация – практически обязательное на сегодня требование к хорошему UX. Она не требует красивого оформления. Всё, что здесь нужно: максимально просто и быстро привести пользователя к цели. Простая навигация подчиняется главному правилу: пользователь должен найти то, что ему нужно, максимально быстро [7].

7. Геймификация

Геймификация – процесс добавления элементов игры в неигровые продукты или сервисы [8]. Геймификация позволяет превратить выполнение целевых действий в увлекательный опыт, тем самым привлекая аудиторию к активному взаимодействию с бизнесом. Геймификация также часто используется в онлайн-тренингах – индикаторы прогресса, вознаграждения и значки за выполнение модулей помогают участникам сохранять стимул к прохождению курсов.

8. Mobile first

Исторически сложилось, что сайт должен быть для десктопа удобным, а для мобильных устройств он адаптировался уже по методу «и так сойдет». С новыми тенденциями все изменилось, и порой десктопная версия для сайта оказывается мало востребованной.

В этом году количество пользователей, использующих мобильные устройства для доступа к сети Интернет, достигло 60%. Вебсайт должен быть хорошо оптимизирован для поисковых систем (SEO) и отвечать всем требованиям MobileFirst, что бы пребывание пользователя на сайте было максимально удобным и понятным через его мобильное устройство.

9. Темная тема

Темная тема или темный режим – это пользовательский интерфейс при слабом освещении, который использует темный цвет – обычно черный

или оттенок серого – в качестве основного цвета фона. Это изменение стандартного белого пользовательского интерфейса, который дизайнеры использовали в течение десятилетий. В ответ на увеличение экранного времени разработчики обнаружили, что темные интерфейсы помогают справиться с усталостью глаз, особенно в условиях слабого освещения или в ночное время. Меньшее напряжение глаз означало меньше головных болей и лучший опыт работы.

Темную тему мы стали видеть буквально везде: от оболочки операционной системы до популярных приложений, которыми мы пользуемся ежедневно[8]. Многие дизайнеры будут следовать этому и использовать темный режим для своих приложений и сайтов, поэтому в дальнейшем мы увидим все больше и больше темных режимов.

10. Синхронизация между устройствами

Синхронизация между устройствами или «аппаратно-независимый подход в UX-дизайне» – один из наиболее востребованных трендов последних 2-3 лет, и он уже полностью внедрен в нашу жизнь. Смартфон, ноутбук, часы, «умный дом» – все они динамически связаны между собой. Даже обычный просмотр видео на YouTube можно начать с телефона, продолжить с компьютера и наоборот [7].

UX/UI дизайн – важная часть каждого сайта и мобильного приложения. Благодаря современным тенденциям, открываются новые возможности в проектировании интерфейса продукта. Стоит пользоваться этими возможностями по максимуму и не отставать от конкурентов. Хорошо изученные потребности рынка и компании, продуманная структура в сочетании с необычными дизайнерскими решениями – вот рецепт успешного бизнеса, эффективность которого умножена UX дизайном и подкреплена UI дизайном.

Использованные источники:

1. UX/UI-дизайн: что это такое? [Электронный ресурс] – URL: https://skillbox.ru/media/design/ux_ui_dizayn_chno_eto_takoe/ (дата обращения: 30.03.2020)
2. VoiceSearchStatistics [Электронный ресурс]– URL: <https://99firms.com/blog/voice-search-statistics/> (дата обращения: 09.04.2020)
3. 2020: тренды UX/UI дизайна в новом год [Электронный ресурс]– URL: <https://hwdtech.ru/blog/design2020> (дата обращения: 30.03.2020)
4. В чем разница между VR и AR? [Электронный ресурс]– URL: <https://www.rbc.ru/trends/industry/5db179279a79472d7aa9e58a> (дата обращения: 08.04.2020)

5. Apple expected to launch AR Glasses in early 2020 [Электронный ресурс] – URL:<https://appleinsider.com/articles/19/10/09/apple-expected-to-launch-ar-glasses-in-early-2020> (дата обращения: 08.04.2020)
6. Empathic Design: Is Empathy the UX Holy Grail? [Электронный ресурс] – URL:<https://www.interaction-design.org/literature/article/empathic-design-is-empathy-the-ux-holy-grail> (дата обращения: 10.04.2020)
7. 10 трендов UX дизайна, на которые нужно обратить внимание в 2020 (Часть1) [Электронный ресурс] – URL: <https://evergreens.com.ua/ru/articles/ux-trends-1.html> (дата обращения: 30.03.2020)
8. Тренды в дизайне на 2020 год [Электронный ресурс]– URL: <https://vc.ru/design/90991-trendy-v-dizayne-na2020god#5> (дата обращения: 30.03.2020)

*Процюк М.В. аспирант,
научный руководитель Барсукова Н.И., доктор искусствоведения,
профессор, Национальный институт дизайна*

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СЕТЧАТЫХ СТРУКТУР В ДИЗАЙНЕ

Аннотация. В статье раскрываются особенности применения сетчатых структур в дизайне на примере объектов детской игровой среды. Анализируются и классифицируются существующие в мировой практике проектные решения игровой среды.

Ключевые слова: сетчатые структуры, игровая среда.

Сетчатые структуры характеризуются широким разнообразием своего применения в разных сферах проектирования. В строительстве известны модульные трансформируемые структуры (динамичные объемы зданий, сетчатые оболочковые и планировочные системы), адаптирующиеся под воздействия разных внешних и внутренних факторов [2,3]. Саму структуру рассматривают с различных позиций, иногда понимая под структурой структурность как один из обязательных принципов любого формообразования в архитектуре и дизайне [5]. Существует и художественная точка зрения на структуры, рассмотренная А. Ярмоленко [4]. В отличие от технического подхода, художественный предполагает взгляд на структуру как на единую систему формообразования, с учётом целого набора конструкторов, возможностей трансформации, характерных для новых технологий.

Из сетки создают многоуровневые пространства, воздушные коридоры, работают внутри заданной формы, на открытых поверхностях, а

также делают инсталляции и арт-пространства внутри зданий. По случаю королевского события в Абу-Даби (ОАЭ) был создан целый ряд фрагментов из проволочной сетки, стилизованных под классическую архитектуру. Автором масштабной инсталляции является Эдоардо Тресольди, работы которого символично прозвали призрачной архитектурой. Данное решение характеризуется геометрической точностью и пропорциональностью объемной структуры.

Структура павильона-инсталляции на острове Шри-Ланка, напротив, не имеет прямых углов в своей основе, а напоминает непрерывную волну. По проекту архитектурного бюро Kuma and Associates был возведен изогнутой формы на основе стальной сетки и китула – лозы дерева, используемой в ремесле местных жителей. Павильон создан в честь столетия со дня рождения азиатского архитектора Джеффри Баве. Авторы проекта хотели подчеркнуть гибкость, присущую архитектуре Баве, поэтому старались сделать форму максимально пластичной.

Другой пример сетчатой структуры является сравнительно новым для проектной практики, так в его основе был использован просчёт элементов с помощью вычислительной техники. Благодаря возможностям робототехники и вычислительного проектирования был построен павильон BUGA (Хайльбронне, Германия) из волоконно-композитных систем. Элементы из стекло- и углепластика отличаются индивидуальной плотностью плетения волокон. Это пример цифровой строительной системы, характеризующийся высокой износостойкостью и практичностью.

Сетчатые структуры в дизайне объектов детской игровой среды обладают высокой популярностью и встречаются как в малых, так и в крупных формах игрового оборудования. Сетка позволяет обезопасить передвижение ребёнка по конструкции, поэтому проектировщики прибегают к смелым решениям в игровой среде, позволяющим работать с достаточно высокими игровыми конструкциями. Сетка придает разнообразие объекту, его форме, а также вызывает интерес у потребителей как младшего, так и подросткового возраста.

На основе одного материала может быть построена практически вся игровая система. Иногда прибегают к разработке опорных конструкций и элементов, служащих основой для крепления сетчатой структуры. Широким разнообразием в современном дизайне игровых объектов с применением сетки обладает и вариативность плетения, которая позволяет создать достаточно пластичную форму, без потери функциональных качеств объекта. К тому же передвижение по сетке представляется отличным инструментом для тренировки и развития координации ребенка.

Встречаются решения и с альтернативным материалом для реализации сетчатых структур. Яркий тому пример, игровая площадка на территории бывшей обувной фабрики в городском музее Сент-Луис (штат Миссури, США). Для воздушных коридоров, связывающих фюзеляжи самолетов, школьный автобус, пожарную машину и другие объекты

площадки между собой, используется металлическая сетка. Площадка создана преимущественно из переработанных материалов, поэтому металл и металлическая сетка встречается практически везде.

«Парк сетей» в лесу Гуандун (Китай) представляет собой масштабное решение для привлечения детей к игровому процессу. Была выстроена целая система без ущерба природному фону Земли. Сетка в горизонтальных и вертикальных плоскостях, а также в форме полусфер закреплена на опорных элементах. Нахождение площадки среди деревьев позволило не только решить вопрос с избыточным солнечным светом, но и использовать деревья в качестве основы для крепления сетки.

Как правило, сетчатые структуры спроектированы по принципу деления поверхности исходного многогранника на более мелкие составляющие и складываются путем составления элементов из металлических прутьев, армированной проволоки и других креплений в оболочковую структуру зданий. Но в дизайне представляют собой достаточно самостоятельные и завершённые объекты. Условно можно выделить две группы игровых объектов на основе сетчатых структур:

1. Сетчатый. Основным и единственным материалом является сетка, как правило, канатная, на основе которой строится вся игровая форма. Форма получается достаточной пластичной, произвольной, а вся привязка осуществляется к естественному ландшафту – деревьям.
2. Сетчато-каркасный. Характеризуется поиском оптимальной формы каркасной конструкции, на которую, в последующем, осуществляется крепление канатной или металлической сетки. Металлическая сетка обладает меньшей гибкостью, в сравнении с канатной, и характеризуется простотой проектного решения.

Учитывая особенности формирования игровых объектов на базе сетчатых структур можно обозначить три основных вида перемещения при взаимодействии с ними:

- По поверхности. Перемещение осуществляется по поверхности сетки, закреплённой на каркасе.
- Внутри заданной формы. Сетка образует «коридор», в который можно зайти и перемещаться внутри формы.
- Комбинированный. Перемещение происходит как по поверхности, так и внутри заданной формы.

Возможность создания оригинальных геометрических и пластичных проектных форм в объектах средового дизайна, инсталляциях, арт-объектах, игровой среде позволяет рассматривать сетчатые структуры как отдельное направление в развитии дизайн-деятельности.

Использованные источники:

1. Миндиашвили М.З. Сетки в пространственных построениях архитектуры «нового модернизма» // Architecture and modern information technologies - М.: 2018. – С.277-287.
2. Панькова Е.И. Трансформируемые модульные сетки в архитектуре / Архитектурные концепции и экспериментальные проекты: мифы и реальность – ЕКб: 2013.
3. Семашкина Д.О. Сетчатые оболочки в качестве каркаса невысоких зданий // Строительство уникальных зданий и сооружений - СПб.: 2018. №1(64), – С.36-49
4. Ярмоленко А.Д. Структурно-композиционный инструментальный формообразования. – СПб.: Астерион, 2008. – 176 с.
5. Premier A 2017 Chromatic Strategies for Static Façades with Dynamic Effect (Italy: Polytechnic Department of Engineering and Architecture, University of Udine) №27-28 pp 74-89.

Семенов Д.А, аспирант, РГУ имени А.Н.Косыгина

Назаров Ю.В., доктор искусствоведения, профессор, РГУ имени А.Н.Косыгина

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ ЛЮДЕЙ

Аннотация. Современные технологии, разнообразные гаджеты и мобильные приложения помогают улучшить и разнообразить жизнь пользователей, в том числе незрячих и слабовидящих людей. В данной работе рассматриваются мобильные приложения для людей с ограниченными возможностями по зрению, в том числе навигаторы, являющиеся одними из самых главных цифровых помощников для данной категории людей.

Ключевые слова: незрячие люди, слабовидящие пользователи, приложение, навигатор, местоположение, информация, перемещение, путешествие.

Развитие цифровых технологий в современном мире позволяет повысить качество жизни людей и разнообразить её содержание. Всевозможная электронная техника и её новые возможности позволяют людям учиться, путешествовать, развиваться, отдыхать, общаться и даёт ещё множество других преимуществ. Современные технологии не стоят на месте, они обеспечивают использование достижений цифровой техники не только обычными пользователями, но и людьми с ограниченными возможностями здоровья, в том числе незрячими и слабовидящими. В

данной работе рассматриваются мобильные приложения, которые тем или иным способом повышают качество жизни людей с ограниченными возможностями по зрению.

Согласно опубликованному Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) первому Всемирному докладу о проблемах зрения – во всем мире насчитывается не менее 2,2 миллиарда случаев нарушения зрения или слепоты [1]. Незрячим и слабовидящим людям тяжело ориентироваться в пространстве, особенно если это улица или незнакомые здания, которые чаще всего не адаптированы для свободного передвижения представителей данной группы. Многие ученые, инженеры, дизайнеры и программисты задумываются о данной проблеме и создают разнообразные гаджеты и программное обеспечение к ним, позволяющее людям с ограниченными возможностями по зрению лучше ориентироваться в окружающем мире.

Одним из самых удобных, простых и малобюджетных способов адаптации для незрячих и слабовидящих людей являются мобильные приложения, позволяющие решать те или иные практические задачи. К таким устройствам относятся:

- Навигаторы «GetThere», «ViaOpta Nav», «Arianna», «RightHear», «Seeing Eye GPS», «BlindSquare», «Microsoft Soundscape», «DotWalker Pro» и дополнение «DotWalker Tracker»;
- Приложения к гаджетам для распознавания предметов «I can see», «TapTapSee», «Lookout», «Google Lens», «Envision AI», «Доступная еда»;
- Приложения по тифлокомментированию «Искусство.Вслух», «Тифлокомментатор», «Тифло Медиа», «Мобильный комментатор», «Опиши мне. Словесные описания изображений», «Actiview - MovieAccess», «Netflix»;
- Приложения к гаджетам для путешествий «Aira», «izi.TRAVEL», «OsmAnd», «BuzzPoint», «NaviLens», «Stay on Route», «Голосовые туры от израильского Центра слепых», «Узнай Москву».

Все приложения можно скачать в сервисах «Google Play» и «App Store» (большинство из них являются бесплатными) и установить на мобильное устройство. Ниже будут более подробно представлены несколько приложений, отвечающих за наиболее важную функцию – навигацию.

Навигатор «Arianna» был разработан специалистами компании In.Sight, и является недорогой и простой в использовании навигационной системой, используемой не только на улице, но и внутри общественных зданий, среди них: музеи, больницы, аэропорты, торговые центры и т.п. Это приложение позволяет людям с нарушениями зрения проще ориентироваться в городской среде. Система «Arianna» работает

следующим образом: камера смартфона непрерывно фиксирует пространство перед пользователем и определяет путь, распознавая специальные цветные полосы, окрашенные или нанесённые другим способом на пол. Пользователь получает сигнал в виде вибрации через свой мобильный телефон. Вибрации связаны с положением и направлением пользователя и позволяют ему понять направление следования и наличие изменений на пути. Система объединяет датчики и интерфейсы, имеющиеся на современных смартфонах, для эффективного управления слабовидящими людьми даже в неизвестных условиях. Некоторые специальные метки, такие как QR-коды, также могут быть использованы вдоль пути следования слабовидящего для кодирования дополнительной информации, обнаруживаемой камерой. Приложение «Arianna» позволяет слабовидящим людям перемещаться автономно в неизвестной среде, получать информацию о местах, где он находится, и устанавливать персонализированные обновления и уведомления в режиме реального времени о близлежащих местах. Это доступная возможность и значительная поддержка для ориентации слабовидящих людей [2].

Навигатор «Blind Square» был разработан специалистами компании MIP soft, он является широко используемым в мире GPS-приложением, использующим голосовое сопровождение и компас, а так же предоставляющим подробную информацию о местонахождении пользователя. Приложение было разработано специально для незрячих и слабовидящих людей, а работа над ним проводилась совместно с пользователями, имеющими ограниченные возможности по зрению.

Приложение «Blind Square» имеет связь с приложениями «Foursquare» и «Open Street Map», в которых после определения местонахождения пользователя собирается информация об окружающей обстановке. Алгоритмы программы определяют, какая информация наиболее полезна для пользователя, например, остановки общественного транспорта, популярные кафе, почтовые отделения или библиотеки. При работе с приложением необходимо встряхнуть мобильное устройство, чтобы услышать текущий адрес своего местонахождения, а так же получить информацию о ближайшем перекрестке и других местах вокруг. При необходимости функцию информирования об окружающих объектах можно отключить. «Blind Square» отслеживает конечный пункт назначения и периодически объявляет расстояние и указывает направление, в котором происходит движение. Приложение «Blind Square» использует голоса Asapela на разных языках для объявления информации о среде в режиме громкой связи, даже когда устройство скрыто. Одной из функций программы является способность распознавания движения в транспорте, в процессе которого происходит оповещение пользователя об интересных местах вокруг, текущих перекрестках и остановках. Приложение поддерживает следующие языки: английский, испанский, французский, японский, немецкий, итальянский, голландский, финский, шведский,

норвежский, датский, чешский, русский, эстонский, польский, арабский и венгерский [3].

Навигатор «Dot Walker Pro» был разработан специалистами компании ACE Design, предназначен, прежде всего, для незрячих и слабовидящих пользователей, и является надёжным помощником в путешествиях. Данное приложение обеспечивает навигацию путем обработки нескольких дискретных точек. К каждой точке можно приблизиться, используя разные режимы управления (выбранная точка, ближайшая точка, точка на маршруте), и использовать «говорящий» компас. Маршруты можно создавать на ходу, периодически встряхивая устройство. Специальный режим подхода ведёт пользователя к нужной точке, сообщая правильное направление и расстояние до неё. Приложение легко использовать с помощью 2-х или 3-х движений пальца, которые можно настроить для запуска желаемой функции. В приложении «Dot Walker Pro» доступно множество интересных функций, таких как голосовые команды, навигация, загрузка карт и объявление адресов [4].

Рассмотренные выше мобильные приложения подтверждают своим успешным применением необходимость и значимость для ориентации в пространстве города незрячих и слабовидящих людей подобных сервисов. Данная цифровая сфера начала развиваться относительно недавно, и, по мнению экспертов, она способна сформировать обширный рынок для многих компаний, производящих цифровые программы и мобильные приложения. Создание подобных программ, а так же разработка новых технологий и устройств для незрячих и слабовидящих людей позволят данной категории пользователей ощущать себя комфортно в окружающем мире и не испытывать затруднений в прогулках по городу и при посещении общественных зданий.

Использованные источники:

1. В мире насчитывается не менее 2,2 миллиарда случаев нарушения зрения или слепоты, причем более 1 миллиарда из них являются следствием отсутствия профилактики или лечения [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения/ Новости (Центр СМИ) / ВОЗ публикует первый Всемирный доклад о проблемах зрения, 8.10.2019 г. URL:<https://www.who.int/ru/news-room/detail/08-10-2019-who-launches-first-world-report-on-vision> (дата обращения: 20.02.2020 г.)
2. Arianna [Электронный ресурс] // In.Sight / Our products. URL:<http://in.sight.srl/arianna/> (дата обращения: 25.02.2020 г.)

3. BlindSquare [Электронный ресурс] // BlindSquare / What is BlindSquare? URL:<https://www.blindsquare.com/about/> (дата обращения: 01.03.2020 г.)
4. DotWalker [Электронный ресурс] // Soft 122 / Categories / Education. URL:<https://dotwalker.soft112.com/> (дата обращения: 05.03.2020 г.)

Синюхина Д.С., магистрант, Национальный институт дизайна

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЖИЗНИ МУЗЕЕВ

Аннотация. В современных условиях высокой конкуренции в индустрии развлечений музеи, галереи и научные центры ради сохранения имеющейся аудитории и привлечения новой всё чаще обращаются к возможностям последних цифровых разработок, способных помочь в установлении диалога нового типа между экспозицией и посетителем.

Ключевые слова: цифровые технологии, музейное дело, современные тенденции, модернизация, игрофикация, интерактивность, 3D-печать, сканирование, виртуальная реальность, дополненная реальность

В XXI веке музейная деятельность приобрела невиданное ранее социокультурное значение: помимо своих исконных функций, — сбора, сохранения и интерпретации культурного наследия, возросла роль музеев и в сложных вопросах социальной адаптации, в образовательных процессах, в организации досуга. За последние двадцать лет они фактически стали центрами просвещения, коммуникации, творчества, культурного развития, технических инноваций и развлечений [3]. В новом столетии музей стал активно прибегать в организации своей деятельности к использованию формата эдьютейнмент (Edutainment — англ. education: образование + entertainment: развлечение), призванного содействовать развитию креативных способностей личности в учебно-досуговом процессе. Обращение к такому подходу продиктовано запросами посетителей, живущих в современном мире переизбытка информации, повлекшего за собой снижение способности к длительной концентрации внимания. К тому же музеи в XXI веке столкнулись с повышенными ожиданиями со стороны технически подкованной молодежи, мотивацией для посещения музея которых стало, в первую очередь, не познание, а получение впечатлений.

Это обусловило в 2000-х и 2010-х гг. бум развития цифровых технологий, благодаря которым у музеев появилась возможность решать самые разные задачи, важнейшей из которых является установление

открытого дружеского диалога между посетителем и экспозицией, предполагающего активное, пусть и косвенное, взаимодействие с предметами коллекций в противовес традиционной культуре запрета (к экспонатам близко не подходить, руками не трогать).

Последние основные тенденции в области музейных цифровых технологий:

Доступные электронные базы данных музеев. Начиная с конца 2000-х годов всё больше и больше музеев начало постепенно примыкать к международному движению открытых данных — предоставлять неограниченный доступ к своим архивам, фотографиям и базам знаний. В 2008 году был создан проект Flickr Commons — на сегодняшний день уже 115 музеев представили изображения экспонатов из своих собраний без ограничения авторских прав, в том числе, и на своих сайтах (амстердамский Рейксмузеум, галерея Тейт, Музей Соломона Гуггенхайма, Метрополитен-музей, Музей Гетти, Национальная галерея Вашингтона). Ещё одна из первых таких просветительских программ — созданная в начале 2010-х гг. OpenGLAM (галереи, библиотеки, архивы и музеи — galleries, libraries, archives, museums), также преследующая цель открывать доступ к глобальному цифровому культурному наследию.

Многие музеи прибегают к использованию технологии виртуальных туров. Один из самых масштабных на сегодня проектов в этой области — инициированный в 2011 году Google Art&Culture. Сейчас он включает более 40 тысяч произведений искусства из 184 музеев по всему миру. Платформа позволяет совершать виртуальные прогулки по музею, создавать собственные коллекции и рассматривать произведения искусства в мельчайших деталях [4].

Игрофикация. Другая важная тенденция последних десяти лет — игрофикация музейного опыта. Квесты, игры, викторины, паззлы являются теперь неизменным атрибутом большинства музейных интерактивных гаджетов-гидов. В 2012 году нью-йоркский Метрополитен-музей запустил интерактивную мобильную игру-детектив «Убийство в Мет», а Нью-Йоркский музей современного искусства (МоМА) представил приложение-«лабораторию», аналог креативного пространства МоМА Art Lab, где дети и взрослые получили возможность создавать собственные шедевры в техниках современных художников, чьи произведения представлены в музее [5].

Игры создаются, в том числе, и к временным экспозициям — в 2016 году американская студия Lavalab разработала приложение «Golden Age» для выставки «Портретная галерея золотого века» Эрмитажа Амстердама, которое позволило всякому желающему пообщаться с героями групповых портретов XVII века из коллекций Музея Амстердама и Рейксмузеума [1].

Интерактивность. Признаком современного музея, внимательно следящего за последними тенденциями в области цифровых технологий, стало также внедрение в экспозиционное пространство и экскурсионную деятельность сенсорных интерактивных панелей и портативных гаджетов. Первым в этом стал парижский Лувр, когда в 2012 году заменил гаджетами Nintendo 3DS классические аудиогиды. Новые устройства не только проигрывают фонограммы, но и выстраивают маршруты по экспозиции благодаря функции автоматического отслеживания местонахождения пользователя. В том числе, девайсы позволяют совершать виртуальные экскурсии — демонстрируют фотографии в высоком качестве и 3D-модели избранных произведений [4]. Проект Кливлендского музея искусств, запущенный в 2017 году, стена ArtLens, 12-метровый мультитач-экран MicroTile демонстрирует, обновляясь каждые десять минут, детальные изображения более 4100 предметов из коллекции музея. Она позволяет одновременно двадцати посетителям создавать свои собственные маршруты по экспозиции и открывать для себя всю полноту музейного собрания — сохранять понравившиеся экспонаты и включать их в личный план осмотра [10].

Еврейский музей и центр толерантности в Москве совершенно заслуженно можно считать самым интерактивным музеем в России. Постоянная экспозиция масштабного уникального культурно-образовательного проекта, размещённая в 12 павильонах, на языке самых последних цифровых технологий рассказывает историю еврейской общины в России с середины XVIII века до наших дней. В одном из них, «Миграция: еврейская диаспора — жизнь в рассеянии» на интерактивном столе в виде карты демонстрируется история миграции евреев. Прикасаясь к определенным частям стола, можно узнать о жизни еврейских общин в разных уголках мира: от США до Китая. Павильон «Города и дали: евреи в Российской Империи» воссоздаёт обстановку знаменитой одесской кофейни конца XIX – начала XX века «Фанкони» — и предлагает гостям музея «подсесть» к посетителям из прошлого за интерактивные столики. С помощью них можно управлять информацией: выбирать видеоролики для просмотра и проходить тесты. Представленные источники рассказывают о темах, которые волновали еврейскую общину в то время [6].

Виртуальная и дополненная реальность (VR и AR). Эффект полного погружения в несуществующую, фантазийную среду, обеспечиваемый технологиями виртуальной и дополненной реальности, — стал в течение последних 5 лет одной из главных тенденций в сфере развлечений в целом, и в музейном деле, в частности. Одним из первопроходцев по применению технологии дополненной реальности в музейном пространстве стал в 2013 году амстердамский археологический музей Алларда Пирсона. Он предложил посетителям сканировать экспонаты деревянной «лупой» со встроенным в её корпус iPhone — при наведении гаджета на объект на

экране устройства появляются краткие факты о нём. Также «лупа» позволяет рассматривать музейные предметы на большом увеличении и даёт возможность «оживить» некоторые из них. С 2016 года Google активно продвигает свою платформу дополненной реальности Tango (Project Tango), сотрудничая с разными музеями: Квин-хаус в Гринвиче, Национальным музеем искусства Каталонии, Институтом искусств Детройта. В последнем гости музея получают смартфоны Lenovo Phab2 Pro, поддерживающие Tango. С их помощью появляется возможность «заглянуть» внутрь саркофага и даже под бинты мумии или «увидеть» стершиеся краски на экспонатах [4].

В середине 2018 года, спустя пару месяцев после успеха иммерсивной выставки «Björk Digital» исландской певицы Бьорк, в рамках которой были представлены произведения с 360-градусным VR-эффектом, Третьяковская галерея и группа компаний VRTech представила серию из трёх VR-проектов. Первый из них — «Авангард в трёх измерениях: Гончарова и Малевич». Виртуальная игра происходит в тщательно воссозданных мастерских выдающихся художников, причём она не просто демонстрирует посетителям процесс написания полотен, но и предоставляет возможность участнику виртуального мастер-класса составить собственный натюрморт из предложенных объектов, выстроить композицию, подобрать колорит. Второй проект — «Иван Шишкин». Виртуальный опыт посвящен картине «Утро в сосновом лесу» (1889), его задача — рассказать о знаменитом полотне и об авторском стиле Шишкина. Посетителям в рамках данного мероприятия предлагается создать свои версии шишкинского леса. Третий — «Эдвард Мунк: Крик природы». Проект приурочен к выставке, проходившей в Инженерном корпусе в 2019 году. В каждой части виртуального погружения посетителю предлагается услышать свою музыкальную тему, написанную Андреем Ругару (r.go), использовавшим принципы цвето-звуковой синестезии, ориентируясь на цвета с картин Мунка [9].

3D-печать и сканирование экспонатов. Появление 3D-принтеров открыло массу новых возможностей для музеев. С их помощью, в том числе, создаются уменьшенные копии экспонатов, которые, в отличие от оригиналов, можно потрогать. Такой опыт делает походы в музей более увлекательными для детей и более информативными для людей с ограничениями зрения. В Бруклинском музее, например, регулярно проходят «сенсорные туры», посетителям которых предлагается потрогать реплики, ощутить их вес, характер поверхности и структуру[4], а шведский Музей Средиземноморья в Стокгольме использовал 3D-технологии для «оживления» египетских мумий. Древние экспонаты подверглись томографическому сканированию, и полученная в результате цифровая модель стала демонстрироваться на специальном интерактивном столе.

Благодаря этому у посетителей появилась возможность послойно изучать содержимое саркофага и анатомию мумии [10].

Выставка «Игра с шедеврами: от Анри Матисса до Марины Абрамович», прошедшая в 2019 году в Еврейском музее и центре толерантности, также успешно продемонстрировала использование 3D-технологии. Экспозиция включила в себя более 30 шедевров модернизма и актуального искусства самых разных жанров. Специально к выставке была разработана инклюзивная программа для людей с разными типами инвалидности. Для людей с нарушением зрения были созданы специальные тактильные модели с объёмными элементами. Для слабовидящих посетителей некоторые объекты дублировались в цветном варианте [7].

Мультимедиа-трансляции. Активно в музейной жизни используются и проекторы. В 2017 году музей Виктории и Альберта представил масштабную выставку, посвященную Pink Floyd — «Pink Floyd: Their Mortal Remains». Она представляла собой аудиовизуальное путешествие через 50 лет одной из самых знаковых рок-групп в истории и взгляд на её мир. Выставка включила в себя интерактивные экраны, голограммы и звуковое сопровождение, в том числе, огромную концертную зону. В национальном музее искусств Каталонии, в Барселоне, археологи, реставраторы и специалисты по компьютерной графике провели тщательнейшую работу по восстановлению росписи романской церкви Сан-Клементе де-Таулл 1123 года постройки. Профессионалами были изучены глубокие слои камня, созданы цифровые модели фресок, восстановлены оригинальные рисунки и цвета. Сейчас видеорепродукции транслируются проекторами на стены церкви [4].

В российских музеях за последний год прошла не одна выставка, немаловажную роль для создания особой атмосферы в которых сыграл проектор и мультимедийные установки. Одна из наиболее знаковых — «Свободный полёт», проходившая в 2019 году в Новой Третьяковке, совместный проект Третьяковской галереи и Музея AZ, посвящённый творчеству Андрея Тарковского. Масштабная выставка поставила перед собой задачу ассоциативно связать друг с другом произведения живописи, графики и скульптуры советских художников-нонконформистов из коллекции Музея AZ и кинокартины Тарковского. В первых двух залах на больших холстах транслировались эпизоды и фотографии со съёмочных площадок фильмов «Андрей Рублёв» и «Сталкер». В третьем демонстрировался прототип космического корабля, в иллюминаторах которого были помещены «оживлённые» посредством мультимедиа-средств картины представителей «советского Ренессанса» (Анатолия Зверева, Эрнста Неизвестного, Олега Целкова, Лидии Мастерковой, Владимира Янкилевского, Дмитрия Краснопевцева и др.) [9].

Ещё в прошлом столетии качество музейных экспозиций определялось исключительно их соответствием традиционным научным схемам, сфокусированным на музейных предметах и коллекциях, теперь же музей видит ценностные ориентиры главным образом в новизне, оригинальности информационной и инновационности технологической интерпретации музейного собрания. Создаваемые экспозиции и выставки, культурно-образовательные проекты отныне являются результатом как научного изучения, так и творческого поиска [2]. Можно с уверенностью считать случившиеся в XXI веке перемены в музейном позиционировании и поистине масштабной революцией.

Использованные источники:

1. Воронина Е., Чарский Е. Все в музей! 6 мировых трендов в музейных коммуникациях URL: <https://www.sostav.ru/publication/vse-v-muzej-6-mirovykh-trendov-v-muzejnykh-kommunikatsiyakh-31437.html>
2. Мастеница Е.Н. Интерпретация культурного наследия в музее: гуманитарный дискурс URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-kulturnogo-naslediya-v-muzee-gumanitarnyy-diskurs>
3. Мастеница Е.Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности. URL: http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?c_text=19&li2=5
4. Рено, А. Музеи и цифровые технологии: как развивается визуальное пространство URL: <https://te-st.ru/2017/10/31/museums-and-digital-technologies>
5. Урман, А. 7 приложений для тех, кто хочет разбираться в искусстве URL: <https://daily.afisha.ru/brain/1792-7-prilozheniy-dlya-teh-kto-hochet-razbiratsya-v-iskusstve>
6. Официальный сайт Еврейского музея и центра толерантности URL: <https://www.jewish-museum.ru/about-the-museum/>
7. Официальный сайт Еврейского музея и центра толерантности URL: <https://www.jewish-museum.ru/exhibitions/bum-bam-igra-s-shedevrami-ot-anri-matissa-do-mariny-abramovich/>
8. Официальный сайт Третьяковской галереи
9. URL: <https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/avangard-v-trekh-izmereniyakh-goncharova-i-malevich/>
10. Официальный сайт Третьяковской галереи <https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/svobodnyy-polet/>
12. Портал культурного наследия, традиций народов России Культура.РФ Высокие технологии в современных музеях.
13. URL: <https://www.culture.ru/materials/50729/vysokie-tekhnologii-v-sovremennykh-muzeyakh>

Снитич А.Н., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ИЗМЕНЕНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. С приходом новых технологий меняются инструменты и носители визуального языка (технологии коммуникации): они дополняются, расширяются и приобретают новые функции. Это повлияло на графический дизайн. Примеры этого процесса приводятся в данной статье.

Ключевые слова: визуальный язык, дизайн, коммуникации, инновации, проектная деятельность.

Визуальный язык – это форма коммуникации, которая использует зрительно воспринимаемые образы для передачи смысла или идеи. Визуальная коммуникация может найти выражение в картинах, рисунках, символах, абстрактных геометрических формах. В основе визуального языка лежит возможность распознавания и осмысления переданной информации. Чтобы общение стало успешным, необходимо чтобы языковая система была понятна участникам общения.

Коммуникационный дизайн сегодня все меньше использует традиционные изобразительные техники, им на смену приходят цифровые технологии визуализации. Тем не менее, наработки прошлого опыта не исчезают бесследно, они являются фундаментом для новых идей.

Если проанализировать изменения графического дизайна под влиянием технических инноваций, то можно сделать вывод, что он эволюционирует, расширяя свои возможности, сталкивается с проблемами и решает их. Вследствие этого создаются новые комбинации, и происходит дальнейший процесс развития, как самой визуальности, так и технологий.

Появление в 1984 году компьютеров Macintosh, ориентированных на работу с графикой и полиграфией, открыло дизайнерам новые технологии для работы с изображением: позволило создавать компьютерные иллюстрации, видоизменять экранные изображения. Открылось широкое поле для экспериментов. Все это положило начало для формирования новой цифровой визуальной культуры.

В качестве примера рассмотрим, как компьютерные технологии изменили дизайн шрифтов и типографику.

Для лучшей работы со шрифтами были созданы специальные программы, такие как Fontographer 3.5, Font Studio 2.0 и др.

Известный голландский графический дизайнер Виллем Хендрик Крувель обратил внимание на ограничения оцифровки традиционных шрифтов: они плохо отображались на экранных устройствах. Поэтому он создал упрощенную форму букв и цифр, вписав их в швейцарскую типографскую сетку. Шрифт «Новый алфавит 1967» был рациональным и

простым. На протяжении всей своей карьеры Крувель интересовался функциональностью, простотой и ясностью дизайна, который адаптируется к новым технологическим процессам.

Испанский дизайнер Эйприл Грейман известна как одна из первых сторонниц компьютерных технологий в графическом дизайне. В 1986 году она создала одну из самых примечательных работ в истории компьютерных изображений. Это был огромный коллаж из фотографии обнаженного тела Грейман и различных снимков, символов и текста. Женщина сначала сделала его на Mac, а затем распечатала фрагменты картинки на матричном принтере. Грейман собрала все фрагменты, сфотографировала их и распечатала получившееся изображение в виде плаката. Именно эта работа показала, каким потенциалом для творчества обладает компьютер.

Так дизайнеры «новой волны» помогли технологиям быстрее войти в нашу жизнь.

«“Новая волна” заменила объективность модернизма постмодернистской субъективностью, новой визуальной поэтикой, которая вовлекала зрителя и предполагала его эмоциональный отклик» [1, с.369].

Далее с развитием цифровых технологий происходит поиск новых проектных решений, новых форм взаимодействия с потребителем. Например, добавляют элементы интерактивности, погружения, взаимодействие с потребителем (VR-технологии, интерактивный помощник и т.п.).

«В условиях современной реальности значение визуализации как одной из важнейших форм коммуникации постоянно растет. Количество информации на сегодняшний день стремительно увеличивается и вопросы повышения ее “удобоваримости” и визуальной компактности сегодня актуальны как никогда» [2, с.736].

Современный графический дизайн и цифровые технологии тесно связаны. Когда Google предоставил свою концепцию Material Design, то это повлияло на весь дизайн.

Material Design — единая концепция построения логики работы, внешнего вида сервисов и приложений для максимально лёгкого, интуитивного восприятия пользователями. Одна из ключевых идей Material Design заключается в создании у пользователя интуитивного ощущения работы с реальными физическими объектами в рамках цифровой среды. Похожие на картонные карточки кнопки и окна здесь «умеют» увеличиваться и уменьшаться, распадаться на части и перестраиваться. Material Design объединяет передовой опыт в дизайне, общепринятые стандарты и внешнюю привлекательность. Все это позволяет создавать для приложений уникальную графику, соответствующую дизайну интерфейса на устройствах. Этот визуальный язык отличался смелым использованием пустого пространства,

типографии и цветом. Добавился реализм, глубина, динамика, усиление выразительности объектов, удобство и простота в понимании.

Английский графический дизайнер Невилл Броди говорил, что цифровой дизайн похож на живопись, за исключением того, что краска не высыхает. С приходом компьютерных технологий в дизайн произошло расширение носителей, принципов поддержания и передачи информации.

«Огромный объем визуальной информации, ежеминутно поглощаемый пользователем из окружающего пространства, задает новую планку в отношении разрабатываемых дизайнером-графиком приложений и интерфейсов. Задачей графического дизайнера становится не просто донести информацию, но упростить и вычистить информационный шум, справиться с «перегруженностью кадра», которая возникает у пользователя при совмещении реальных и виртуальных объектов» [3, с.17].

Графический дизайн развивается так же динамично, как и цифровые технологии. Люди все чаще прибегают к визуализации, чтобы облегчить восприятие нового. С приходом технологий сфера использования дизайна постоянно растет, рождаются новые уникальные идеи, новые визуальные формы.

«Программное обеспечение, используемое для обработки изображений, языки программирования и др. меняют образ современного графического дизайна, расширяют границы инновационных дизайнерских решений, обеспечивают технические возможности для создания новых визуальных форм. Однако эти процессы не являются уникальными в том смысле, что на всем протяжении истории графического дизайна инструменты дизайн графики так же подвергались изменениям под влиянием научных технологий» [4, с.192].

В заключение хотелось бы отметить, что постоянное развитие цифровых технологий приводит к обновлению концепций визуального языка графического дизайна. Разработчики визуального контента должны отслеживать тренды в дизайне и в технологиях визуализации. Чем более совершенные цифровые технологии, тем проще современному дизайнеру что-то создавать. Это единый комплекс, элементы которого поддерживают друг друга.

Использованные источники:

1. Краснова М.И. – сборник для статей «Дни науки 2010» «Использование средств экспериментальной типографики в графическом дизайне на рубеже XX-XXI веков», 2010. С. 368-372.
2. Захаревич А.А. –материалы конференции « Актуальные проблемы авиации и космонавтики», 2016. Том 2. С. 736-737.
3. Петрухина О.В. –научная статья для издательства ООО «Издательство Нота Бене» «Философия и культура», 2019. №1. С. 13-19.
4. Овчинникова Р.Ю. –периодическое издание « Грамота», 2019. Том 12. С. 188-192.

Сызранцев В.Ю., старший преподаватель, Национальный институт дизайна

РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНЕРА

Аннотация. Реалии современного мира неуклонно повышают значимость международного общения. Как следствие, владение иностранным языком становится важнейшей составляющей профессиональной компетенции. В статье обучение студентов иностранному языку рассматривается в различных его проявлениях, учитываются наиболее значимые особенности, проблемы и подходы к их решению.

Ключевые слова: иностранный язык, образование, глобализация, компьютерные технологии, научный прогресс.

В условиях современных реалий, когда процессы международной интеграции и транснационализации являются неотъемлемым атрибутом повседневной действительности, межнациональное и межкультурное общение следует рассматривать как существенную часть человеческой жизни. В этой связи как никогда важным для квалифицированного специалиста в любой области становится его всесторонняя подготовка и способность вести профессиональную деятельность на международной арене. Для специалистов в сфере дизайна это оказывается особенно значимо, так как многочисленные современные тенденции предполагают регулярные международные и межкультурные контакты, для успешного осуществления которых необходимо полноценное владение иностранным языком.

Становится очевидным, что процесс подготовки будущего дизайнера неизбежно должен включать в себя занятия по изучению иностранного языка. Следует отметить, что речь в данном случае идет не только и не столько об ограниченном наборе вербальных и невербальных конструкций, сколько о формировании у обучающихся фундаментального представления о самом понятии языка, его функциях, правилах и способах выражения. Подобно тому, как в философии для трактовки того или иного предмета или явления его предлагается сравнить с другими, смежными или сходными предметами или явлениями, так и понимание языка как способа коммуникации или носителя национальной культуры становится возможным лишь при его сопоставлении с другим языком.

Иностранный язык как учебная дисциплина должен получать комплексное рассмотрение. Системный подход в работе с языком предполагает его трактовку как в теоретическом, так и в практическом аспекте, поскольку фундаментальное понимание основ, на которых зиждется лингвистическое направление научного знания, стало бы

невозможным без анализа и синтеза различных ипостасей языковых форм, их итераций и интерконтекстуальных взаимодействий [1].

Учебный курс иностранного языка в высших учебных заведениях неязыковой направленности включает в себя грамматические правила, специализированную лексику и текстовый материал, которые свойственны языку специальности. На начальном этапе учебного курса иностранного языка студенты не обладают всеми нужными знаниями языка в профессиональной области, и зачастую сталкиваются с трудностями в области переводов текстов или выполнения лексических упражнений [6]. С целью помочь студенту преодолеть языковой барьер, освоить навыки говорения и научить рассуждать о проблемах специальности в течение ограниченного времени, преподавателю иностранного языка необходимо применять в своей практике как традиционные, так и инновационные методы обучения, посвящая коммуникативному методу значительную часть курса, а также обеспечивать проведение занятий в наиболее эффективном формате.

Не будет преувеличением сказать, что обучение иностранному языку студентов всех дизайнерских специальностей должно иметь разностороннюю направленность и проходить в различных формах. От будущего специалиста может потребоваться применение языковых навыков как в условиях устной коммуникации, так и в письменном виде. Следовательно, процесс подготовки такого специалиста должен включать в себя и речевую деятельность, и изучение наиболее важных грамматических конструкций, и работу с текстами профессионального и иного характера, и перцептивную аудиальную деятельность, и многое другое. Тематические беседы, чтение и перевод письменных текстов, просмотр различных видеоматериалов – всё это служит цели формирования компетентного специалиста, конкурентоспособного на рынке труда.

На сегодняшний день наиболее распространенным и повсеместно используемым языком международного общения, безусловно, является английский, а потому чаще всего образовательный процесс в условиях высшего учебного заведения предполагает изучение именно этого языка. Однако не следует игнорировать и то обстоятельство, что многие абитуриенты приходят в вузы из школ, в которых они изучали другой иностранный язык, чаще всего – немецкий или французский. Зачастую уровень владения английским у таких студентов бывает нулевым или близким к тому. Тем не менее, формирование полноценной языковой компетенции у этих студентов также остаётся важной задачей в ходе образовательного процесса.

Немаловажным представляется и то обстоятельство, что эффективная работа современного специалиста невозможна без использования последних достижений компьютерных и цифровых технологий. Интернет-коммуникация и возможности, предоставляемые достижениями

технологического прогресса, зачастую требуют от пользователя хорошего знания иностранного языка, которое сделало бы возможным поиск информации и обмен ею с зарубежными партнерами на расстоянии, а также уверенное пользование компьютерными программами, приложениями и редакторами. Подготовка будущего специалиста к такому виду профессиональной деятельности также является важнейшей составляющей учебного процесса.

Как мы видим, подготовка высококвалифицированного специалиста неразрывно связана с различными формами работы, которые должен принимать образовательный процесс. Одной из таких форм должно быть знакомство с принципами работы современных технологий, которые чаще всего создаются за рубежом и, как следствие, используют в своем терминалогическом аппарате иностранную – чаще всего англоязычную – лексику. Владение этой лексикой является одной из тех функциональных частей, которые составляют профессиональную компетенцию будущего эксперта.

При рассмотрении профессиональных качеств стоит также упомянуть о ряде трудностей, с которыми преподаватель иностранных языков неизменно сталкивается в своей трудовой деятельности в неязыковом учебном заведении. Одной из таких трудностей можно назвать недостаточное количество часов, отводимое на иностранный язык. Это, безусловно, ключевая и самая распространенная проблема в учебных заведениях неязыковой направленности. В соответствии с учебной программой в материал включены основные развивающие темы и темы, связанные с будущей профессией студента. Учащиеся овладевают грамматическими навыками, основной общеупотребительной и общенаучной лексикой, а также лексикой по специальности [5]. Стоит отметить, что преподаватель в данной ситуации сталкивается с проблемой ограниченности времени, и, соответственно, более расширенного закрепления и повторения материала со студентами.

Другой немаловажной особенностью, которую следует отметить отдельно, является различный уровень подготовки обучающихся. Поскольку при поступлении в учебное заведение неязыковой направленности будущие студенты не проходят обязательные вступительные испытания по иностранному языку, в будущем группа формируется из учащихся с различным уровнем владения языком. В высших учебных заведениях основной программой обучения не предусмотрено изучение иностранного языка с нуля, поэтому учебная программа направлена на совершенствование уже полученных ранее знаний. Однако по статистике, значительный процент учащихся не владеет достаточным объемом знаний [2]. В данной ситуации преподавателю приходится искать дополнительные методы обучения, подходящие для всех студентов, которые могут значительно понизить темп образовательного процесса.

Стоит также отдельно остановиться и на численности учебных групп. С технической точки зрения, это наиболее трудно решаемая проблема в неязыковом учебном заведении. Основываясь на опыте преподавательской деятельности, можно с уверенностью утверждать, что для наиболее продуктивного изучения иностранного языка группа студентов не должна превышать количество 8-10 учащихся. Если в лингвистическом вузе численность группы по иностранному языку обычно соответствует этой норме, то в учебном заведении неязыковой направленности нередко встречаются группы численностью до 20 человек и более. В то же самое время некоторые группы могут фактически состоять из 2-3 человек, а значит, на практике занятие нередко приобретает и вовсе индивидуальный характер. Подобный количественный разброс неизменно сказывается на динамике занятий, так и на форме их проведения. В таких условиях деятельность преподавателя должна обеспечивать соответствующий порядок проведения занятий, ввиду необходимости пополнения или исключения каких-либо учебных заданий, что значительно осложняет следование разработанному учебному плану.

Проблема недостаточной мотивации и загруженности студентов другими предметами в особенности характерна для студентов неязыковых специальностей [3]. Выбирая определенный путь в профессиональной сфере, учащиеся сталкиваются с проблемой конфликта учебных дисциплин общего и специализированного курсов. Как правило, иностранные языки изучаются студентами на первом и втором курсах. В это время основная часть предметов представлена общим курсом, в то время как предметы специализированного курса постепенно начинают входить в процесс обучения студентов. Сталкиваясь с большим потоком информации и практических заданий, студенты в большинстве случаев начинают терять интерес к тем или иным предметам ввиду академической перегруженности. Зачастую полностью отдаваясь изучению предметов по специальности, учащиеся теряют мотивацию для изучения других дисциплин. В их числе может оказаться и иностранный язык. В таких случаях преподаватель иностранного языка сталкивается с проблемой мотивации студента для изучения языка.

Повседневные речевые практики призваны сделать иностранный язык привычным для обучающихся. С этой целью важно донести до студента, что реализация его коммуникативных навыков не должна ограничиваться лишь стенами учебного заведения. Любой прецедент применения им на практике полученных ранее теоретических знаний может послужить формированию лингвистической компетенции и лучшему пониманию, в том числе, и своего родного языка [4].

Специалист-профессионал, в должной мере владеющий всеми аспектами иностранного языка, получает возможность использования многочисленных доступных источников информации, которая сможет в дальнейшем найти своё применение в его профессиональной

деятельности [5]. Коммуникативная языковая компетенция позволяет не только приобщиться к фундаментальному международному опыту, накопленному в ходе профессиональной деятельности зарубежных коллег и их предшественников, но и быть в курсе последних тенденций и направлений, учитывать и использовать современные технологические инновации, а также способствовать дальнейшему развитию направления данной специальности. Всё это предоставляет возможность также обмениваться профессиональным опытом с иностранными специалистами, тем самым продвигая на международную арену продукты творчества российских дизайнеров.

С учетом всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что изучение иностранного языка приобретает исключительную важность при подготовке специалистов всех направлений дизайна. Языковые навыки, умение поддерживать беседу, вести переписку, воспринимать и обрабатывать информацию, полученную на иностранном языке – всё это и многое другое становится неотъемлемыми качествами, которыми в современном мире должен обладать высококвалифицированный профессионал.

Использованные источники:

1. Комков И.Ф. Методика преподавания иностранных языков [учебник]. – Минск: Новое знание, 2018. 352 с.
2. Матвеева Т.П. Профессионально-ориентированный уровень обучения иностранному языку в неязыковом вузе[статья] / Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всерос. науч. метод.конф. – Оренбург: ОГУ, 2016. 698 с.
3. Потошина О.С. Специфика преподавания иностранных языков студентам неязыковых специальностей (психологические особенности и основные методы активизации учебного процесса)[статья]/ Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в неязыковых вузах (материалы Межфакультетской научно-методической конференции) – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2012. 484 с.
4. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс лекций: пособие для студентов пед. вузов и учителей. 4-е изд. — М. : Просвещение, 2010. 239 с.
5. Усачев Б.А. Преподавание английского языка в гуманитарных вузах и колледжах[монография].–Минск: СКАЗ, 2019. 578 с.
6. Joseph C. Mukalel. Approaches to English Language Teaching.– New Delhi: Discovery Publishing House, 2019. 214 p.
7. Nagaraj G., English Language Teaching: Approaches, Methods, Techniques. – Oxford: OUP, 2018. 228 p.

Тимофеева О.С., магистрант, Национальный институт дизайна

СПЕЦИФИКА АЙДЕНТИКИ ФЕСТИВАЛЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ МУЗЫКИ

Аннотация. В статье проанализирована специфика айдентики фестивалей альтернативной музыки. Для сравнения взяты три музыкальных стиля: хард-рок, альтернативный рок и авторская песня. Проведён анализ фирменного стиля мероприятий, состоявшихся в России и за рубежом за последние 10 лет. Выявлена проблема брендинга фестивалей альтернативной музыки.

Ключевые слова: айдентика, графический комплекс, брендинг, фирменный стиль, музыкальный фестиваль, альтернативная рок-музыка, хард-рок музыка, авторская песня.

Музыкальные фестивали начали широко проводить со второй половины XX века. Среди событий такого рода в последние годы очень популярны фестивали альтернативной музыки. Однако у большинства из них визуальное решение айдентики, с нашей точки зрения, неоднозначно. Это вызвано тем, что в качестве дизайнеров фирменного стиля зачастую выступают непрофессионалы, а организаторам фестивалей трудно выбрать из предлагаемого множества вариантов наиболее адекватный.

Необходимы рекомендации по разработке айдентики, которая будет отражать стиль музыки и предпочтения целевой аудитории, поддержит интерес публики к мероприятию, а также привлечет новых слушателей.

Мы сравнили айдентичку различных музыкальных фестивалей и определили соответствие ее элементов жанровой специфике мероприятия. Артикуляция характерных особенностей позволит выявить критерии, которым должен соответствовать разрабатываемый фирменный стиль. Это поможет дизайнерам избежать трудностей в ходе работы над графическим комплексом.

Мы выделили три группы наиболее популярных музыкальных фестивалей: хард-рок, альтернативный рок, авторская песня. Параметры, по которым мы будем сравнивать их айдентичку: цветовое решение, фирменные шрифты, изобразительная часть графического комплекса (персонажи, знаки, текстурные фоны и пр.).

Специфика айдентики хард-рок фестивалей

Для сравнения были выбраны такие фестивали тяжёлого рока как: «Rock Hard Festival» (1990 г.), Wacken Open Air 1990 г.), Knotfest (2012 г.).

В их айдентике используется преимущественно чёрный, красный и жёлтый цвета. Колористические решения подобных музыкальных событий основываются на ассоциациях связанных с цветом. Тот факт, что цвет – мощное средство выразительности, не подлежит сомнению. Психологами

предпринимались попытки описать эмоции, которые возникают при виде различных цветов и сделать некоторые выводы относительно их использования в различных сферах деятельности. Сегодня существует широко распространенное мнение, что выразительность цвета основана на ассоциациях, например, красный цвет возбуждает, потому что он напоминает о явлениях, связанных с огнем, кровью и революцией [1].



Рисунок 1. Афиша фестиваля «Knotfest»

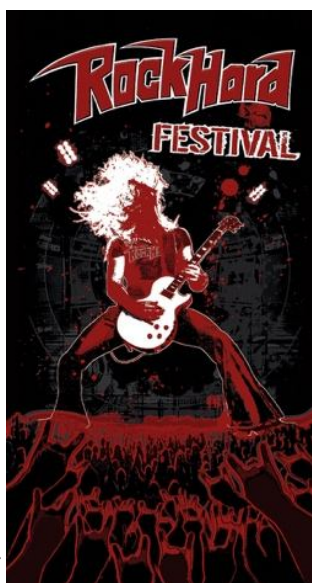


Рисунок 2. Афиша фестиваля «Rock Hard Festival»



Рисунок 3 Афиша фестиваля «WackenOpen Air»

«Агрессивные» насыщенные цвета (черный, красный, желтый) и их сочетания вполне уместны в айдентике тяжелого рока (рис. 1), так как соответствуют характеру музыки.

Графический комплекс фестивалей хард-рока часто перенасыщен разнообразными акцидентными, угловатыми шрифтами с обводкой (рис. 2), множеством иллюстраций, на афишах присутствует большое количество логотипов заявленных на фестивале групп (рис 3). От такого количества графических элементов информация становится трудно считываемой, однако данная айдентика позволяет сразу же идентифицировать музыкальный стиль мероприятия.

Специфика айдентики фестивалей альтернативного рока

Фестивали альтернативной рок музыки для сравнения были выбраны следующие: «Hurricane» (1973 г.), «Rock Werchter» (1974 г.).

Графическое оформление фестивалей альтернативной рок музыки не привязано к шаблонным образам. Организаторы данных событий скорее продумывают концепцию, основываясь на интересах молодого поколения – большинство целевой аудитории. Оформление зачастую наполнено динамичными иллюстрациями, большим количеством шрифтов и яркими красками.

Что касается цвета в айдентике подобных фестивалей, то здесь нет ограничений. Диапазон колористических решений очень широк (рис.4). Цвета komponуются таким образом, чтобы их сочетание было предельно выразительным [2].

Шрифты для использования в фирменном стиле музыкальных событий альтернативной рок музыки в основном выбираются гротесковые

(рис. 5). Они лаконичны, хорошо считываются, легко вписываются в айдентику мероприятия.



Рисунок 4. Афиша фестиваля «Rock Werchter»



Рисунок 5. Логотип фестиваля «Hurricane»



Рисунок 6. Персонаж фестиваля «Hurricane»

Иллюстрации, используемые в фирменном стиле фестивалей, не всегда однозначно соответствуют направленности мероприятия. Их тематика зачастую не вписывается в стилистику музыкального события (рис.6).

Специфика айдентики фестивалей авторской песни

Для анализа были выбраны три фестиваля авторской песни: «Грушинский фестиваль» (1982 г.), «Соловьиная трель» (1988 г.), «По струнам дорог» (2002 г.).

Визуальное решение для оформления фестивалей подобного рода выбирается достаточно минималистичное.

Цветовая палитра чаще подбирается в пастельных тонах (рис.7), такие цвета обычно служат фоном шрифтовой композиции и иллюстрации. Как правило, их сочетают с яркими цветовыми акцентами. Но они могут играть и самостоятельную роль, создавая очень утонченные решения [3]. В последнее годы стали использоваться яркие, контрастные цвета, но их количество в айдентике ограничено (рис.8).



Рисунок 7. Афиша фестиваля «По струнам дорог»



Рисунок 8. Логотип фестиваля «Соловьиная трель»



Рисунок 9. Логотип фестиваля «Грушинский фестиваль»

Шрифты применяются как антиквенные, так и гротесковые, нередко присутствуют акцидентные гарнитуры (рис. 8).

Часто используют иллюстрации (рис. 9) в виде стилизованного контура гитары или выразительного пятна, что помогает идентифицировать стиль мероприятия.

Подводя итог, можно констатировать, что у графических комплексов фестивалей тяжелого рока и авторской песни сложились свои индивидуальные визуальные акценты. Специфика их айдентики однозначно показывает, какому зрителю адресовано данное музыкальное мероприятие.

В свою очередь, фирменные стили фестивалей альтернативного рока не имеют однозначно узнаваемых элементов. Это вызвано многими причинами: относительной молодостью движения альтернативного рока, разнообразием стилистики исполняемой музыки, попытками организаторов выделиться, быть непохожими на других. Еще одна причина, на наш взгляд, заключается в общей постмодернистской тенденции не следовать канонам и правилам. Тем не менее, для того, чтобы выделить своего зрителя и привлечь его внимание, необходимы некоторые общие подходы.

Вероятно, выработка общих рекомендаций не имеет смысла. Главное, что должен помнить дизайнер, разрабатывающий графический комплекс фестивалей этой направленности – взаимное соответствие особенностей музыки, характера цвета, шрифтового решения и иллюстративного материала.

Использованные источники:

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие; Самохина В.Н., Шестакова В.П. - Издательство «Прогресс», М., 1997, 384 с. - 315-316 с.
2. Иттен И. Искусство цвета — Издатель Аронов Д., М., 2004, 53 с. - 51 с.
3. Чапман К., ColorTheoryforDesigners, Part 1: TheMeaningofColor., Скулкина О., Шайхутдинов Р. Теория цвета для дизайнеров, часть 1: Значение цвета. URL: <https://medium.com/> (дата обращения: 10.04.2020).

Филина Т.Д., студентка бакалавриата, Национальный институт дизайна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МОУШН-ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ QR-КОДА В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ КОФЕЕН

Аннотация. В данной статье рассматривается целесообразность комплексного использования моушн-дизайна и технологии QR-кода в фирменном стиле предприятий общественного питания. Показано, что возможности инновационных технологий могут улучшить коммуникацию с потребителями, использующими современные гаджеты. Исследование проведено на примере кафе, активно посещаемых молодой аудиторией.

Ключевые слова: фирменный стиль, моушн-дизайн, QR-код, каналы коммуникации, айдентика.

Фирменный стиль может выделить кофейню из сотен других подобных заведений. Однако фирменный стиль ресторанного бизнеса с трудом принимает новые технологии и инновации в графическом дизайне. Владельцы кофеен, да и сами дизайнеры не торопятся отказываться от полиграфической продукции (реклама, вывески и т.д.), тем самым лишая себя возможности привлекать аудиторию более современными и действенными способами.

В последнее время одну из ведущих ролей в визуальной коммуникации стал играть моушн-дизайн, который нашел применение практически во всех видах рекламной продукции: айдентике, телевизионной-, видео-рекламе, инфографике и т.п. [5, с.28]. Тут стоит пояснить что моушн-дизайн — это самостоятельная отрасль дизайна, направленная на проектирование объектов брендинга и арт-объектов с помощью приемов и технологий компьютерной анимации, звукового дизайна, где визуальные эффекты, разработанные на уровне графики, дополняют сюжет новым смыслом [4, с.241]. Кроме того, моушн-дизайном называют процесс создания анимационной графики.

Также стоит упомянуть что моушн-дизайн:

- демонстрирует визуализацию идей и конкретных данных.
- превращает статичный образ в динамичный
- представляет собой технологию или инструмент для визуализации идеи в сфере рекламы и продвижения продукта
- выступает в качестве сопровождения к основному информационному материалу [1, с.93].

Многие компании активно применяют моушн-дизайн в айдентике, в частности, в логотипах. Анимированные логотипы способны активнее привлечь внимание пользователей к бренду. Как пример можно привести набор анимированных логотипов Google. Также моушн-дизайн активно используется на таких носителях айдентики как сайт. Уйти или остаться на сайте, посетитель обычно решает в течение первых десяти

секунд. Это слишком мало времени для привлечения внимания и демонстрации основных ценностей, транслируемых компанией. Моушн-дизайн поможет заинтересовать пользователя и заставит его остаться на сайте. Как итог мы можем получить дополнительный трафик и повысить конкурентоспособность проекта.

Анимационная графика — один из самых быстрорастущих каналов контент-маркетинга. С ее помощью легко одновременно и привлекать, и информировать зрителя, а считываемость сообщений в разы выше, чем у привычных каналов, так как анимационная графика использует сразу три канала информации: изображение, текст и звук, что помогает зрителю лучше усваивать информацию [2]. Стоит подчеркнуть, что текст и изображение могут использоваться отдельно друг от друга и не затрагивать такой информационный канал как звук, сохраняя считываемость сообщений. Исходя из этого, можно сделать вывод, что анимированная реклама заведения способна привлечь больше внимания и увеличить эффективность рекламной коммуникации с аудиторией, из-за воздействия по нескольким информационным каналам одновременно, что очень важно, учитывая ритм повседневной жизни и огромное количество информации поступающей, человеку каждый день.

Благодаря моушн-дизайну информация приобретает динамичный характер. В процессе наблюдения за анимированным изображением или текстом, в сознании потребителя формируются яркие образы, связанные с компанией, происходит запоминание бренда. В такой форме ему легче воспринимать и усваивать информацию. Следовательно, человек быстрее ориентируется и выделит кофейню на фоне остальных, так как, благодаря внедрению моушен-дизайна, ему не придется долго анализировать информацию. В. М. Акимова в своей статье подтверждает, что восприятие информации путем просмотра видеоматериалов, созданных с помощью моушн-дизайна, дает возможность легче и быстрее уяснить полученную информацию, по сравнению с текстовым форматом [6, с. 20]. Однако стоит помнить, что злоупотребление моушн-дизайном приведет к информационному загрязнению. Поэтому для сохранения уникальности каждого заведения и предотвращения информационного загрязнения, данный вид подачи информации стоит использовать кофейням, нацеленным на более молодую аудиторию.

Все вышесказанное позволяет применить моушн-дизайн к некоторым носителям элементов фирменного стиля кофейни, например, к таким как вывеска, анимированное меню, сайт. Конечно, мы по-прежнему не можем применить данный вид дизайна там, где нет экрана, к примеру, на салфетках или одноразовых стаканчиках с кофе. Именно тут на помощь приходит QR-код. Достаточно подробно эту технологию описывает в своей статье С.А. Глазкова: «Аббревиатура QR производна от английского quick response, что переводится как «быстрый отклик». Основное достоинство QR-кода — это легкое распознавание сканирующим

оборудованием, в том числе и фотокамерой мобильного телефона, что даст возможность использования в торговле, производстве, логистике. ...Наибольшее признание он получил среди пользователей мобильной связи - установив программу-распознаватель, абонент может моментально заносить в свой телефон текстовую информацию, добавлять контакты в адресную книгу, переходить по web-ссылкам, отправлять sms-сообщения и т.д.»[3, с. 23]. Сферы коммерческого применения QR-кодов сегодня многочисленны: кафе, рестораны, специализированные магазины, клубные мероприятия, выставки, выставочная деятельность, туризм.

QR-код также активно используется как носитель айдентики. Некоторые компании и такие как Facebook, Instagram и Вконтакте размещают внутри QR-кода свой логотип. Выбрав в качестве изображения для кода логотип они привязывают QR-код к компании как визуально так и информационно, привлекая этим дополнительную аудиторию.

Большое количество программ продвижения с применением QR-кодов делают этот формат мобильной коммуникации актуальным маркетинговым каналом. Патрик Донелли, один из разработчиков QR-коммуникации, отмечает несколько достоинств данной технологии:

- свобода для создания и использования – открытая технология;
- быстрое сканирование;
- высокая защита от ошибок коммуникации;
- информация может быть любой;
- лично-ориентированный опыт пользователя [3, с.24].

Вышеперечисленные достоинства данной технологии дают возможность использовать моушн-дизайн не только на экранах, но и на носителях фирменного стиля, от которых мы не можем отказаться в кофейне. QR-код можно разместить на стаканчиках, тогда переход по нему отправит людей к анимированному логотипу кофейни или же анимационному рассказу о её истории и новых предложениях. Таким образом, трансляция моушн-дизайна перестает быть ограничена только экранами в кофейне. Она становится доступна через любой смартфон или планшет.

Что касается самой технологии QR-код, она также полезна для бизнеса по ещё нескольким параметрам:

- интеграция печатных и Web-форм;
- канал дополнительного информирования;
- сетевой характер коммуникации;
- размещение на дисплеях;
- размещение в витринах и на купонах [3, с.23].

Эта технология способна дать возможность быстрого доступа к меню кофейни, сайту или приложению. Являясь дополнительным каналом информации, она также позволит выделиться на фоне конкурентов.

Совокупность применения моушн-дизайна и технологии QR-кода может открыть новые возможности при создании фирменного стиля кофейни.

В заключение хочется подчеркнуть, что фирменный стиль кофейни является хорошей платформой для совместного внедрения моушн-дизайна и технологии QR-кода. Вместе они дают возможность воздействовать на аудиторию сразу по нескольким каналам связи и гораздо быстрее считывать информацию. Код быстрого отклика позволяет делать информацию более доступной, а в совокупности с моушн-дизайном интересной и легкой для восприятия.

Использованные источники:

1. А.В. Кочнева Анимационный дизайн: социокультурная специфика // Академический вестник Урал НИИ проект РААСН. 2018. №1 (36). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/animatsionnyu-dizayn-sotsiokulturnaya-spetsifika>(дата обращения: 22.03.2020).
2. С. Шаповалова Волшебство в движении: что такое моушен-дизайн? [Электронный ресурс]. URL: [//netology.ru/blog/motion-design](http://netology.ru/blog/motion-design)(дата обращения: 22.03.2020).
3. С.А. Глазкова QR-коды – новый формат коммуникации // Connect-Universum - 2012: сборник материалов IV Международной С74 научно-практической Интернет-конференции. - Томск : Томский государственный университет, 2012. - 208 с [Электронный ресурс]. URL:https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24118923_33529641.pdf(дата обращения: 22.03.2020).
4. М.Н. Марченко., А.В. Ярошенко. Обоснование термина «Мультимедийный дизайн» контексте моушн-дизайна//Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 12 (часть 2) –241-242 с.
5. Д.Н. Пендикова., И.Г. Пендикова. Актуальность моушен-дизайна как средства визуальной коммуникации // ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА: ДИЗАЙН, РЕКЛАМА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ Материалы XVI Всероссийской научной конференции. Издательство: Омский государственный технический университет (Омск) 2017. - 64 с.
6. В.М. Акимова. Роль графического дизайна в моушн-дизайне //Сборник научных статей VI Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов- Омск: Омский государственный технический университет, 2019. - 180 с. [Электронный ресурс].URL:https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42376216_36924416.pdf (дата обращения: 05.04.2020).

*Шәріпова М.Ғ., студентка бакалавриата специальности «Дизайн»
КазУЭФМТ*

*Базарбаева С.М. – научный руководитель, д.т.н., профессор, заведующая
кафедрой «Дизайн» КазУЭФМТ. г. Нур-Султан, Казахстан*

РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРА ОФИСНОГО ПОМЕЩЕНИЯ В СТИЛЕ ЛОФТ

Аннотация. В данной работе были определены тенденции в организации рабочего пространства. На основе сопоставления фактов и объектов были выявлены общие приемы и признаки формирования интерьерного пространства офисов. Также обосновывается выбор дизайна интерьера офисного помещения в стиле лофт.

Ключевые слова: дизайн интерьера, офисное пространство, стиль лофт, организация пространства.

Сегодня офисы являются неотъемлемой частью практически любой сферы деятельности. Офис (англ. office) или контора (нем. kontor) - пространство, которое организует наш рабочий процесс, составляющий, в свою очередь, около 50 % времени.

Экспериментально и научно доказано [1], что наше пространственное окружение напрямую влияет на производительность процесса. С самого начала возникновения офисов предпринимались попытки увеличить продуктивность работы посредством рационально-грамотной организации самого пространства.

Всю историю формирования и становления пространственной организации офисов можно условно разделить на два этапа:

I этап - с XVIII века по 1900 год;

II этап - с начала XX века до настоящего времени [2].

Сейчас в моде брутальность. Небрежная одежда с имитацией неглаженности, трехдневная щетина, кажущийся беспорядок в прическе – явные признаки современного стильного человека. Неудивительно, что подобная тенденция наблюдается и в оформлении дизайна помещений.

Опираясь на исторические факты развития дизайна интерьера офисных помещений, проведен анализ, и для компании «PREMIUM OIL TRANCE HOLDING» был подобран интерьер в стиле лофт.

Местоположение данной организации – г. Нур-Султан, проспект Туран 18, в престижном районе Левого берега столицы, недалеко от торгово-развлекательных центров Сары-Арка и Хан-Шатыр, занимает 3,5 и 8 этажи данного здания, общая площадь составляет 820 кв.м (рис. 1).



Рисунок 1. Местоположение здания ТОО «PREMIUM OIL TRANCE»

Офис в стиле лофт - это особый стиль. Такому интерьеру присущ тип промышленного предприятия. Зародилась идея создания дизайна еще в сороковые годы прошлого века, когда многие офисы строились в заброшенных зданиях заводов, фабрик. Даже после ремонта они сохраняли свои специфические черты [3].

Офис в стиле лофт по нашему мнению именно то, что нужно для этой компании, которая хочет поразить каждого посетителя современным интерьером и уникальным дизайном. Чтобы оформить интерьер офиса-лофт сегодня не обязательно искать пустующее промышленное здание или заброшенный склад. Любые апартаменты, в которых имеется конструктивная возможность избавиться от внутренних перегородок, идеально подойдут для этой цели.



Рисунок 2. Процесс подготовительных работ (снятие перегородок)

В начале работы демонтировались все не несущие межкомнатные стены и перегородки. Лофт-офис должен быть просторным. По проекту рабочие места будут отгораживаться лишь небольшими перегородками. Такое решение позволит не только создать просторную комнату, но и избавит сотрудников от беготни по кабинетам (рис. 2).

Кабинеты выбрали просторные и максимально светлые. Несмотря на это, над каждым сотрудником имеется навесное освещение, что присуще стилю лофт (рис. 3).

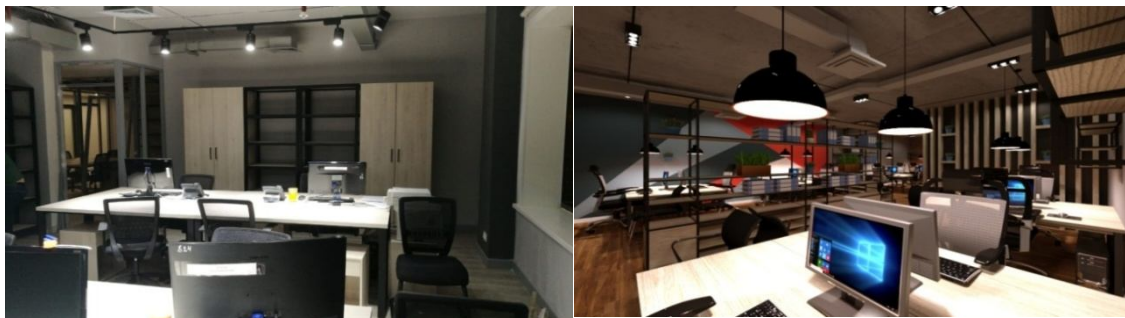


Рисунок 3. Освещение рабочих мест в офисе

Еще одна особенность стиля лофт - это сочетание старых и новых материалов. Например, отлично смотрится интерьер с бетонными стенами или кирпичной кладкой, с элементами из стекла, хрома, с современной техникой. Вписываются в такое помещение и обычные дощатые полы. Причем можно использовать как действительно старую отделку, так и искусственно состаренные материалы. Главное - создать гармоничное сочетание блестящих поверхностей и старых материалов. Как известно, в этом стиле предлагается, если в помещении проходят старые трубы, осыпается штукатурка, то это не следует трогать.

Промышленный лофт в стенах небольшого, но функционального офиса интересен отделкой интерьера. Современная мебель выгодно смотрится на фоне черновой отделки из серого кирпича (рисунок 4).



Рисунок 4. Внутренняя отделка стен и подготовка помещений

Стоит заметить, что если создание офиса в стиле лофт осуществляется с использованием устаревших элементов, без искусственного состаривания, то такой ремонт обойдется гораздо дешевле. А вот мебель стоит делать из более качественных и дорогих материалов, либо использовать искусственные, более дешевые материалы, имитирующие натуральные. Отлично впишутся в интерьер стойки из гранита и стекла.

Поэтому был выбран ресепшн-офис в таком стиле, который по нашему мнению идеально вписался в лофт интерьер. Отлично смотрятся

подвесные лампы с хромированными элементами. В сочетании с ней можно повесить настенные часы с хромированными деталями (рис. 5).

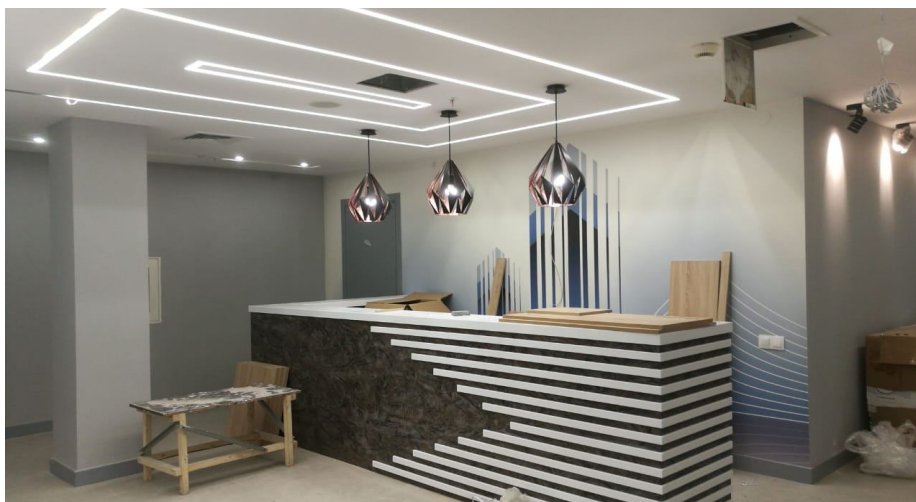


Рисунок 5. Ресетин

Кабинет директора в стиле лофт - универсальное решение для творческих людей. Самое главное - это воссоздание своеобразной промышленной атмосферы. Грамотно подобранная мебель правильно впишется в интерьер и будет способствовать эффективной работе. Атмосфера интерьера может быть разной - это может быть теплый и дружелюбный дизайн, или сдержанно-строгий, или солидный и дорогой. Выбор ведь зависел от того, чей это кабинет, кто в нем находится. Исходя из этого, выбирались все остальные элементы: отделка, мебель, настенные часы и др. При этом они тоже должны быть выполнены в соответствующем стиле. Отлично смотрятся хромированные цифры и стрелки на часах в совещательной комнате (малом конференц-зале) (рис. 6)



Рисунок 6. Интерьер кабинета директора ТОО «PREMIUM OIL TRANCE HOLDING»

Современный интерьер в стиле лофт не требует использования промышленных площадок, создать его можно и в обычном офисном помещении. Для получения характерных черт необходимо было состарить определенные элементы, поверхности.

Для оформления офиса в стиле лофт использовано много живой зелени, что делает помещение уютным и настраивает сотрудников на рабочий лад. Оформление в стиле лофт интересно сочетанием нейтральных тонов и броских, ярких цветов. Если на потолке имеются балки, то это только придает помещению дополнительный шик.

Интерьер в стиле лофт требует особого внимания, так как минимальное отклонение может привести не к эстетичному и необычному дизайну, а к приданию неряшливого и полуразрушенного вида.

Данный проект был реализован и успешно внедрен в производство.

Разработку дизайна интерьера в стиле лофт можно создать за совершенно небольшую сумму, что и получилось в этом дизайн-проекте.

Используемые источники:

1. Форти А. Объекты желания. Дизайн и общество с 1750 года (пер. с англ. И. Форонова). М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. 456 с.
2. Краткая история офиса // Онлайн интернет-журнал «Петербург 3.0» URL: <http://spb30.ru/blogs/kratkaya-istoriya-ofisa>, 06.03.2017.
3. Cindy Allen. Best of office:architecture&design. FL.:VocaRaton. 2012. 248 p.

Эйдинов М.И., профессор, Национальный Институт Дизайна

ДИЗАЙН АВТОМОБИЛЕЙ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ

Аннотация. Производство автомобилей для инвалидов прошло за минувший век путь от бюджетных мотоколясок до создания специализированных моделей от известных брендов и проектирования оригинальных брендов. Из медико-технического средства эти автомобили превратились в атрибуты качества жизни маломобильных граждан.

Ключевые слова: Автомобиль для инвалидов, мотоколяска, удобство, комфортность, промышленный дизайн, брендинг.

Отношение к автотранспорту для маломобильных граждан меняется на рубеже тысячелетий. Конвенция о правах инвалидов и принятая социальная модель инвалидности привели к новой качественной социализации людей с ограниченными возможностями здоровья. Автомобиль для инвалидов превращается из медико-технического средства реабилитации в полноценный атрибут качества жизни,

формируемый под непосредственным воздействием современных брендинга и дизайна.

Первоначально в качестве автомобилей для инвалидов использовались мотоколяски, которые были широко распространены в Европе, причем в Германии всплески этого вида автомобилестроения происходили после обеих мировых войн. После Второй мировой войны мотоколяски сыграли огромную роль в массовой автомобилизации населения Европы.

В мотоколяске, как правило, двигатель мотоциклетного типа соединяется с автомобильным кузовом. Такое сочетание дало много интересных конструктивных и дизайнерских решений. Ранние образцы имели трёхколёсное шасси. Допускалось как переднее, так и заднее расположение третьего колеса. Особенно популярны они были в Великобритании, так как в законодательном отношении приравнивались к мотоциклам с коляской, пользовавшимся существенными налоговыми льготами.

Позднее из-за проблем с безопасностью – плохой устойчивости на скорости и даже склонности к опрокидыванию, большинство производителей перешло на четырёхколёсные конструкции.

Промежуточное положение между автомобилем и мотоциклом давало ряд преимуществ как технического, так и экономического характера. Производство технически простого бюджетного транспортного средство было дешевле, и обеспечить необходимую массовость в этом случае было проще. Эстетические решения в основном зависели от состояния автомобилестроения и промышленного дизайна в стране-производителе.

В Германии мотоколяски «Kabinenroller» – мотороллеры с кабиной выпускались крупными авиа и автостроительными корпорациями. Messerschmitt KR200 был трехколесным, а Glas Goggomobil T300, Kleinschnittgerи Zundapp Janusуже четырехколесными. Они имели хороший спрос до шестидесятых годов, когда большинство западных немцев уже смогли позволить себе полноценный автомобиль [1].

В Великобритании оригинальная трехколесная мотоколяска Stevens одним передним колесом со стороны водительского места была создана еще в 1927 году. Английские мотоколяски называли микромобилями или пузырями (Bubble cars). Среди множества производителей мотоколясок хорошо известна была фирма Bond, продукция которой пользовалась достаточно устойчивым спросом вплоть до 1990-х годов. В настоящее время термин microcars употребляется применительно к современным микроавтомобилям типа Smart, которые к мотоколяскам не имеют прямого отношения.

В Италии фирмой Iso SpA была разработана модель Isetta, права на которую приобрела компания BMW. Из-за округлой формы в Германии автомобиль получил название «катящееся яйцо». Были созданы не только

двухместный, как у большинства мотоколясок, но и четырехместный варианты. Isetta стала одним из самых успешных микроавтомобилей, производившихся после Второй мировой войны, когда дешёвый транспорт был наиболее востребован. Конструкция, созданная в Италии, была построена в ряде стран, в том числе Испании, Бельгии, Франции, Бразилии, Германии и Великобритании. В 2018 году Швейцарская компания Micro Mobility Systems представила финальный прототип своего первого автомобиля Microlino, созданного в стилистике легендарного микрокара BMW Isetta.

Производились оригинальные микромобили и в других странах. Во Франции мотоколяски выпускались фирмой Citroën. В Испании в 1950-х годах одним из самых популярных автомобилей был Biscooter, разработанный легендарным Габриэлем Буазеном. Автомобиль был доступен в кузовах различной формы. Goggomobil Dart производился фирмой Buckel Motors Pty Ltd. в Сиднее с 1959 по 1961 годы. Он был основан на немецком Goggomobil, однако австралийцы разработали стекловолоконный спортивный кузов без дверей и снабдили его 300- или 400-кубовым мотором. Аргентинский двухместный четырёхколёсный автомобиль-мотоколяска Dinarg D-200, разработанный компанией Dinámica Industrial Argentina, серийно производился на заводе в Кордове с 1960 по 1961 годы. Всего было выпущено 300 единиц, ныне он считается коллекционным автомобилем. В Японии был создан Mitsuoka Vubu 501, известный как Honda Zoe. Как тележки для покупок мотоколяски были популярны в разных странах почти до конца 70-х годов [1].

Некоторые мотоколяски можно считать яркими для своего времени проявлениями промышленного дизайна. До сих пор дизайн этих почти «игрушечных» автомобилей продолжает радовать ценителей и будоражить новые поколения промышленных дизайнеров.

Именно в Европе мотоколяски начинают использоваться как специализированное бюджетное транспортное средство для инвалидов. В Великобритании мотоколяска Thundersley Invacar вплоть до 1977 года выдавалась британским инвалидам органами социального обеспечения. В 2003 году «Инвакар» был запрещён к эксплуатации на британских дорогах из-за несоответствия новым нормам безопасности. К этому времени в строю всё ещё находилось около 200 мотоколясок этой модели [1].

Трёхколёсный Velorex на раме из сварных стальных труб, покрытой винилом и искусственной кожей, производился с начала 1950-х по 1971 гг. в Чехословакии. Этот двухместный автомобиль также предназначался для инвалидов.

В СССР проблема «автомобилизации» инвалидов возникает после победы в Великой Отечественной войне. Война оставила после себя тысячи инвалидов, потерявших конечности и лишённых возможности самостоятельно передвигаться. В их распоряжении оказались лишь костыли, и самодельные деревянные тележки на колёсах из четырёх

подшипников. В СССР для инвалидов тоже предназначались мотоколяски, как правило неудобные в управлении, небезопасные и достаточно убогие по дизайну.

В 1946 году на Киевском мотоциклетном заводе разработали трёхколёсную мотоколяску К-1В. Трицикл «Киевлянин» в народе получил название «трехколесный мотопротез», внешне он напоминал моторизованную инвалидную коляску с рычажным управлением. Машина имела привод лишь на одно из задних колес и управлялась при помощи длинного рычага, прикрепленного к вилке вместо традиционного руля.

В дальнейшем производителем мотоколясок для инвалидов стал Серпуховской автозавод. В 1952 году появляется первая трёхколёсная «Инвалидка» С-1Л, у которой была всего одна передняя фара, и машину в народе называли «Циклоп». Мотоколяска имела немало недостатков, самыми серьезными из которых были малая проходимость и часто выходящий из строя двигатель. Версия 1955 года СМЗ С-2Л в серию не пошла. Помимо С-1Л, С-2Л и С-3Л, существовали версии С-1Л-ОЛ и С-1Л-О для управления одной левой и одной правой рукой. Сборка СМЗ-С1Л велась до 1958 года [2].

В 1958 году в качестве альтернативы мотоколяскам был спроектирован малолитражный двухместный автомобиль с ручным управлением ГАЗ-18 с задним расположением двигателя. По техническим решениям и дизайну он был близок к нормальному малолитражному автомобилю, но правительство посчитало, что ГАЗ-18 обременяет тех, кто лишился конечностей на войне, и автомобиль в серийное производство не запустили. Вместо ГАЗ-18 завод в Серпухове запустил в серию классическую «инвалидку» СЗА [2].

В 1957 году с конвейера Серпуховского мотоциклетного завода сошли первые мотоколяски СМЗ С-ЗА. Концептуально машина получилась удачной. Впервые в истории отечественного автомобилестроения были применены ручное рулевое управление, позволявшее управлять мотоколяской одной рукой, независимая подвеска всех колес и заднее расположение двигателя. По оборудованию водительского места СЗА не уступала французскому современнику Ситроену 2CV. Из-за того, что конструкция была выполнена из дорогого материала, себестоимость СЗА была выше, чем у выпускавшегося в то время «Москвича». Мотоколяски СЗА выдавались инвалидам бесплатно на определённое время, после чего мотоколяска обменивалась на новую.

Дизайн увековеченного Гайдаем кабриолета с тентовым верхом оказался самым удачным среди мотоколясок. Не случайно энтузиасты именно эту модель с помощью тюнинга и рестайлинга превращают в дорогие раритетные автомобили.

В 1970 году появляются мотоколяски СЗД, которые на тридцать лет стали самой массовой моделью «инвалидки». Кузов этой мотоколяски имел жесткую крышу, плоское лобовое стекло увеличивало обзор, но СЗД

получился рублено-угловатым, совершенно не радующим взгляд, и хоть пришелся по душе инвалидам, дизайн этой модели многие считают убожеством. Последние 300 СЗД покинули завод осенью 1997 года.

Некоторые интересные разработки так и не пошли в серию. СМЗ С-4А с жесткой крышей (1959). Мега коляска с закрытым кузовом купе СМЗ С-4Б (1960), в отличие от предшественниц, имевшая некое подобие дизайна. СМЗ-НАМИ-086 «Спутник» (1962) могла стать следующим поколением «инвалидки». Вездеход «Шустрик», первый прототип С-3Д, разработанный дизайнерами дизайнерами Эдуардом Молчановым и Эриком Сабо (1964) [2].

В дальнейшем инвалиды обеспечивались автомобилями «Москвич-402» и «Москвич-407», ЗАЗ-965 и ЗАЗ-968, модифицированными в зависимости от варианта ампутации, и ВАЗ-111 «Ока», который планировался как «народный автомобиль». Они были более совершенны и в техническом отношении, и по дизайну, но ими невозможно было пользоваться людям, передвигающимся на колясках.

Сегодня проектирование автомобилей, которыми можно управлять, заезжая в них на коляске, стало магистральным. Наиболее яркие примеры – Kenguriv Венгрии, Elbee Чехии, Equalв Хорватии, отмеченные простотой в управлении и оригинальным ярким современным дизайном.

Kenguru – автомобиль для инвалидов, созданный в Венгрии. Это первый автомобиль, не просто адаптированный для людей с ограниченными возможностями, а созданный специально для тех, кто может передвигаться только с помощью инвалидной коляски. Решение сделать автомобиль, где инвалид располагается за рулем в коляске, стало революционным. Автомобиль создан таким образом, что человек может просто въехать в него на коляске, без необходимости вставать с нее. Управляется такой автомобиль с помощью специального джойстика. Но есть и недостаток – машина одноместная и больше в нее никто не сядет [6].

Elbee - удачное сочетание функциональности и отличного дизайна. Этот специальный автомобиль был разработан и воплощен в пластик и металл чешским дизайнером Павелом Хушеком, работавшим на Ford, Audi и BMW. Elbee позволяет людям с ограниченными возможностями путешествовать без какого-либо сопровождения. С ним смогут управиться даже инвалиды, которые не могут в силу объективных причин, управлять серийными моделями. Elbee уникален, прежде всего, тем, что водитель входит в него с помощью дистанционно управляемой передней двери. Такое решение позволяет инвалидной коляске въезжать непосредственно в машину, а дверь закрывается автоматически с помощью дистанционного управления [4].

"EQUAL" от Absolute Design также предназначен для людей, использующих инвалидное кресло. Absolute Design была основана в Хорватии профессиональными транспортными дизайнерами Ведраном Мартинеком и Дарио Декучичем. Внешне автомобиль выглядит, как

маленький современный городской смарт, а его салон эргономичен и удобен. Стильный и современный дизайн, предлагаемый в нескольких цветовых решениях, плюс социальный аспект и функциональность превращает Equal в автомобиль, который стирает границы между возможным и, казалось бы, невозможным [5].

Ferrari Numero UNO - первый Ferrari для инвалидов. Правда, пока это дизайн проект польского дизайнера Лукаша Мышинского. Numero UNO имеет специальное инвалидное кресло, совместимое с автомобилем, которое может отделяться от колес, превращаясь в обычное автомобильное кресло, обеспечивая водителю низкую посадку как в настоящем спортивном автомобиле. По замыслу автора, Ferrari Numero UNO должен быть сделан только из легких материалов - алюминия и углеволокна [7].

Для людей, передвигающихся в инвалидных колясках предназначены скутеры Nippi от Honda и Martin Conquest на основе мотоциклов BMW.

Главной особенностью Nippi от Honda является удобное конструктивное решение, которое позволяет инвалиду не пересаживаться из коляски в скутер, а без посторонней помощи заезжать в него по пандусу, в который превращается задний борт мотоколяски. Скутеры Nippi имеют стильную и неповторимую внешность, которая привлекает внимание окружающих.

Martin Conquest спроектирован английским изобретателем Аланом Мартиносом на основе мотоциклов BMW. Человек с проблемами опорно-двигательного аппарата может заехать в Martin Conquest по специальному встроенному пандусу прямо на коляске. Скутер развивает скорость 150 километров в час.

Продолжается проектирование автомобилей для пассивного использования инвалидами в качестве пассажиров. В Японии все автопроизводители серийно выпускают машины для людей с ограниченными возможностями. Версии - от пандусов для вкатывания инвалидной коляски в автомобиль до сложных механических систем, которые достают из багажника коляску и подают ее к водительской двери. Любой автомобиль может быть оборудован выезжающими креслами, которые облегчают посадку в машину людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата. Интересные проекты реализованы автоконcernами Honda и Toyota, оборудовавшими автомобили специальными механизмами для подъема коляски на пассажирское место.

Honda выпускает подобные системы с 1975 года. Салон универсала Honda Odyssey оборудован системой Techmatic для страдающих параличом нижних конечностей. Машину можно дооснастить педалью акселератора под левую ногу и рукояткой для вращения руля одной рукой. Система управления автомобилем для людей, лишенных рук, была разработана немецким инженером Францем Эберхардом еще в 1965 году, на основании которой компания Honda создала собственную систему

управления автомобилем для инвалидов, которая была названа Honda Franc System.

Салон Welcab для людей с ограниченными физическими возможностями изготавливает централизованно дочерняя фирма компании "Toyota" Welcab. Переднее пассажирское сиденье в нем поворачивается и выдвигается в сторону двери. Версия с ручным управлением оснащена инвалидной коляской, которая при помощи электрического крана манипулятора с дистанционным управлением самостоятельно убирается в салон. Этой версией человек с ограниченными физическими возможностями может управлять без посторонней помощи. Ведется проектирование такого транспорта и в России.

Сегодня при проектировании и производстве автомобилей для маломобильных граждан необходим маркетинговый подход. Травмы и болезни не выбирают свои жертвы по социальному признаку. Одни, успешные в бизнесе, способны оплатить создание для себя эксклюзивной модели от известного бренда, другие нуждаются в бюджетном транспортном средстве. Не случайно профессор Н.К. Кудряшов считает именно цену первым критерием народного автомобиля, каким по многим характеристикам и должен быть бюджетный автомобиль для людей с ограниченными возможностями [3]. При проектировании как оригинальных автобрендов для инвалидов, так и «специализированных» моделей от известных брендов, задача состоит в обеспечении не только медицинских и технических потребностей, но и реализации социальных и эстетических функций. В рамках маркетинга 4Сс точки зрения Convenience, как удобства и комфорта от обладания всеми преимуществами бренда, в задачи инженеров и дизайнеров входят не только техническая и эстетическая, но и престижная составляющая. Автомобиль для маломобильных граждан давно уже не только средство передвижения, но и атрибут социализации, которая происходит также через эстетику и дизайн.

Использованные источники:

1. История мотоколясок. [Электронный ресурс] URL доступа: <http://www.oobject.com/bubble-cars/brutsch-mopetta/1999/>, <http://www.forum-auto.com/automobiles-mythiques-exception/section5/suj...>
2. Советский транспорт для инвалидов. [Электронный ресурс] URL доступа: [Электронный ресурс] URL доступа: <https://masterok.livejournal.com/1040518.html>
3. Кудряшев Н.К. Народный автомобиль для современной России. В сб. Современный дизайн и проблемы высшей школы дизайна. М. 2019
4. Elbee – суперсовременный автомобиль для инвалидов. [Электронный ресурс] URL доступа: <https://joyautomatic.ru/blog/elbee-supersovremennuj-avtomobil-dlya-invalidov/>
5. EQUAL: электромобиль для людей с ограниченными возможностями. [Электронный ресурс] URL доступа:

<https://nnd.name/2013/12/equal-elektromobil-dlya-lyudey-s-ogranichennyimi-vozmozhnostyami/>

6. Kenguru - машина для инвалидов. [Электронный ресурс] URL доступа: <https://nbiplus.com/idea/kenguru-mashina-dlya-invalidov>
7. Ferrari для инвалидов. [Электронный ресурс] URL доступа: <http://carakoom.com/blog/15060>

