

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

ВЫСШАЯ ШКОЛА ТЕХНОЛОГИИ И ЭНЕРГЕТИКИ

Кафедра дизайна и медиатехнологий

ДИЗАЙН
И
МЕДИАТЕХНОЛОГИИ:

История, теория, образование и бизнес
Материалы
Международной научно-практической
конференции
27-28 октября 2016 года

Часть II



Санкт-Петербург
2016

Научное издание

ДИЗАЙН
И
МЕДИАТЕХНОЛОГИИ:
ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ОБРАЗОВАНИЕ и
БИЗНЕС

Материалы
Международной научно-практической
конференции
27-28 октября 2016 года

Часть II

Редактор и корректор В.А. Басова

Техн. редактор Л.Я. Титова

Темплан 2016, поз.135

Подп. к печати 20.12.2016. Формат 60X84/16.

Бумага тип. №1. Объем 6,0 печ.л.; 6,0 уч.-изд.л.

Тираж 100 экз. Изд. №135. Цена «С».

Заказ _____

Ризограф Высшей школы технологий и энергетики

СПБГУПТД, 198095, Санкт - Петербург,

ул. Ивана Черных, 4.

УДК 747.012
ББК 30.1, 30.6, 37
Д-448

ДИЗАЙН и МЕДИАТЕХНОЛОГИИ: история, теория, образование и бизнес:
Материалы Международной научно-практической конференции 27-28 октября
2016 года. Часть I. – СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2016. – 95 с.

ISBN 978 – 5– 91646 – 130 – 5

Материалы сборника посвящены исследованию различных проблем применения дизайна и медиатехнологий в современной промышленной и социально-бытовой сферах, а также вопросам образования современных студентов в сфере дизайна и медиатехнологий.

Авторы сборника - специалисты в промышленной и социально-бытовой сферах, педагоги - анализируют проблемы истории, философских воззрений на феномен дизайна и медиатехнологий, рассматривают роль дизайна в развитии промышленности, бытовой сферы, в отечественной и европейской культуре, проблемы обучения молодых специалистов в сфере промышленного дизайна и иных технических направлений.

Издание предназначено для дизайнеров, специалистов по медиатехнологиям, студентов и аспирантов технических и гуманитарных вузов, а также для специалистов- практиков в промышленной и социально-бытовой сферах.

Материалы печатаются в авторской редакции.

Научный редактор

Е.М. Дележа, зав. кафедрой дизайна и медиатехнологий ВШТЭ СПбГУПТД
кандидат искусствоведения, доцент;

Рецензенты:

Палагута Илья Владимирович. зав. кафедрой искусствоведения, профессор
СПГХПА им. А.Л. Штиглица, доктор исторических наук, доцент;

В.С. Куров, зам. директора по научной работе ВШТЭ СПбГУПТД, доктор
технических наук, действительный член Академии естественных наук, профессор;

Е.Б. Костюк, доцент, зам. зав. кафедрой дизайна и медиатехнологий по научной
и проектной деятельности ВШТЭ СПбГУПТД, доцент кафедры искусствоведения
СПбГУП, кандидат педагогических наук.

ISBN 978 – 5– 91646 – 130 – 5

© Высшая школа
технологии
и энергетики
СПбГУПТД, 2016

Махлина С.Т.,
профессор кафедры
истории культуры СПбГИКИ,
доктор философских наук
(Санкт-Петербург, РФ)

ДИЗАЙНЕРСКИЕ РАБОТЫ ЗАХИ ХАДИД – ВЫДАЮЩЕГОСЯ АРХИТЕКТОРА СОВРЕМЕННОСТИ

Когда мы произносим слово «архитектор», у нас в сознании возникает образ мужчины – умного, образованного, эрудированного и с развитым эстетическим вкусом. Женщина в стереотип представлений об архитекторе не вписывается – тем более женщина арабского происхождения, так как для большинства людей в нашей стране это – забытые существа, не имеющие возможности проявлять себя в общественной сфере, вынужденные носить паранджу или, в крайнем случае, только хиджаб и закрытые одежды, скрывающие полностью всю фигуру. Поэтому появление на международной арене Захи Хадид – первой женщины-архитектора, получившей Пулитцеровскую премию, приравниваемую в архитектуре к Нобелевской, несомненно, вызывает к ней и ее творчеству повышенный интерес. Тем более в нашей стране, ибо Заха Хадид получила эту премию в 2004 году в Эрмитажном театре в Санкт-Петербурге. Наград у этой женщины много – так, она – лауреат Превосходнейшего ордена Британской империи, престижных архитектурных премий разного уровня разных стран.

Действительно, Заха Хадид – человек уникальной судьбы. Родилась она в 1950 году в Ираке в городе Багдаде. Правда, родилась она в семье образованной и интеллигентной. Мама, очень умный и тонкий человек, занималась рисованием, по мнению Захи, – на довольно высоком профессиональном уровне. Отец – богатый человек, крупный промышленник, увлекшийся политикой, основатель Демократической партии в Ираке. Жила она в одном из первых в Багдаде комфортных модернистских домов, что также способствовало развитию ее интереса к архитектуре. Училась Заха в элитарной школе с математическим уклоном. Затем

поступила в Американский университет в Бейруте – на математическое отделение. Затем в 1972 году поехала учиться в Лондон на архитектора – в Архитектурную ассоциацию – знаменитую лондонскую архитектурную школу. И это не было случайностью. Приехав в детстве с отцом в Лондон, она поняла, что ее призвание – архитектура.

Наша биография, специфика детского периода – источник особенностей нашей деятельности во взрослом состоянии. Естественно, училась она в школе на арабском языке. И поэтому совсем не случайно в ее творчестве явно проявляется этот арабский колорит. Вот почему верно пишет М. Б. Пиотровский о ее творчестве, в котором преломились «причудливые кривые, для создания которых нужно чувствовать арабскую каллиграфию... Умение превратить элегантный завиток бутона в торжественную волну, птицу, спину дельфина и огромный водопад – это еще один элемент культуры, который Заха превратила в неповторимый метод и эстетический манифест. Каллиграфия ведь и есть один из видов «абстрактного искусства»[1] Кроме того, насмотревшись в детстве на сыпучие пески пустыни, она сумела зафиксировать в своем творчестве эти текущие линии, нередко воспринимающиеся как потоки воды. Поэтому футуристические линии ее построек с изогнутыми фасадами, отрицающими гравитацию, вызывают восторг и легко декодируются как индивидуальное проявление метода архитектора и авторский почерк. А увлечение математикой способствовало особым композициям в архитектуре. Как писал Бертран Рассел, «математика, если на нее правильно посмотреть, отражает не только истину, но и красоту»[2].

Ее творчество очень динамично. Начинала она с приверженности русскому авангарду, и поэтому в первую очередь работы ее отличал стиль деконструктивизма с изломанными линиями и острыми углами – следы увлечения русским авангардом, супрематизмом и конструктивизмом. «Мой дипломный проект – «Тектоник Малевича», 1976-1977. Именно это и явилось отправной точкой моего персонального творческого пути»[3]. Следующий

этап – деконструктивизм. Заха Хадид использует асимметричные формы, резко контрастирующие друг с другом, изрезанные геометрические формы. Как утверждает А. Ю. Белов, этот подход «не имел будущего, потому что суть его – фрагментация»[4]. Но постепенно она приходит к параметрике, когда силуэт домов становится текучим, а линии – плавными. Ее партнер Патрик Шумахер пишет об этом так: «Параметрическая архитектура – это уникальное пересечение математики, скульптуры и архитектуры, необычное проектирование и строительство в традиционном смысле этого слова – программирование геометрии»[5]. Этот стиль стал одним из ярких проявлений современной архитектуры, в которой используются компьютерные алгоритмы, с помощью которых создаются сложные структуры, хотя сама Заха Хадид предпочитает работать без помощи компьютера, рисуя непосредственно руками.

Училась Заха всегда отлично. И блестяще закончила Лондонскую Архитектурную ассоциацию в 1979 году, с отличием защитив свой выпускной проект, посвященный Малевичу. Те, кто с ней знаком, восхищаются ее прекрасной внешностью даже уже в зрелые годы. Вот как описывает ее одна из интервьюеров: «...появилась дышащая духами и туманами сногшибательная Инопланетянка. Слово «сногшибательная» очень точно описывает мое впечатление: самые красивые из виденных мной женщин (в большинстве годившиеся ей в дочери и внучки) не шли с ней ни в какое сравнение. Женщина с глазами-прожекторами и разбросанными по плечам волосами несла в себе что-то настолько значительное, что мгновенно превращало все окружающее в слабый аккомпанемент. Прожекторы искрились, вспыхивали, освещали и выжигали все, что оказывалось перед ними. Под их фантастическим светом стоять было трудно, празднично и страшно одновременно – как в свете софитов на сцене...»[6].

К тому же Заха явно наделена сильным характером и мужеством. Несмотря на то, что уже в годы учебы она выделялась своими способностями и ее учитель Рем Колхас называл ее «планетой на своей собственной

орбите»[7], долгое время ее проекты не были реализованы. Она считалась «бумажным архитектором», хотя при этом выигрывала различные конкурсы. В одних случаях проекты не были приняты из-за дороговизны их претворения, в других – вызывали трепет неожиданной новизной, в третьих – заказчик обанкротился. Ее первым реализованным проектом стала Пожарная часть для мебельной компании «Витра», Вайль-на-Рейне в Германии - завершен он был лишь в 1993 году, т.е. через 14(!?) лет после окончания обучения. Потом удалось построить Центр современного искусства Розенталя в Цинциннати. И наконец, творчество получило дальнейшее счастливое претворение. В 2010 и 2011 годах она дважды выигрывала престижную британскую премию Стерлинга - за здания Национального музея искусств XXI века в Риме и средней школы Эвелин Грейс в Лондоне[8]. Бюро, которое она открыла в 1980 году, сначала насчитывало 150 сотрудников, затем их число возросло до 450. За последние 7 лет оно сумело создать 950 проектов для 44 стран, и загружены они работой на десятилетия вперед. Ее постройки есть во всем мире – в арабских странах, в Америке, на Дальнем Востоке и даже в России. Среди ее работ – 170-метровая стеклянная башня с офисными помещениями, трехэтажная галерея и 6 жилых домов в Милане, небоскреб в Марселе, железнодорожная станция в Неаполе, «танцующие башни» в Дубае, Оперный театр в Гуанчжоу в Китае, 2003 год, Комплекс для водных видов спорта в Лондоне для Олимпиады, на которую ее так и не пригласили, Фуникулер Nordpark в Австрии, Музей искусства Мичиганского университета Эли и Эдит Брод, стадион в Катаре, выставочный павильон в Сарагосе, Центр современного искусства в Абу-даби и многие другие[9]. Из «бумажного» архитектора она стала самым массовым архитектором-суперзвездой. О ее творчестве написано немало сочинений на всех языках мира, во многих из которых анализируются отдельные проекты[10]. Кроме того, она постоянно ведет мастер–классы, преподает в самых престижных архитектурных учебных заведениях.

Вместе с тем, в ее творчестве мы видим множество дизайнерских работ. И отличает их, как и ее архитектурные создания, все те же новаторские черты. Она – признанный пионер в области предметного дизайна.

Ею создан был проект первого этажа Puerta America (в переводе с испанского – «Ворота Америки»). Номера первого этажа были созданы Захой Хадид. Это пространство, представляющее собой непрерывную поверхность, где посетитель не может увидеть границы стен, потолка, пола, мебели. «Заха Хадид, решившая выполнить все в игре пластики, взяла за основу желание воплотить в дизайне внутреннюю и внешнюю формы жизни потока воды. В результате каждый элемент ее белоснежного интерьера приобретает свой уникальный изгиб. В ее пространстве нет ни одной прямой линии, его плоскости бесконечны, а детали интерьера (полки, скамьи, кровати) как будто вырастают из стен и составляют с ними единую поверхность из нового композитного материала LG Hi-Macs»[11]. Все белого цвета, и эта его монохромность создает образ единой структуры, в которой все объемы перетекают один в другой, создавая фантастический эффект «непрерывно струящейся жидкой массы. Замечательное, оригинальное видение. «Каждый мой проект – это своего рода ландшафт. В проекте обязательно должна присутствовать значительная доля странного» - говорит Zaha Hadid. И с этим трудно поспорить. Ведь у этой женщины не бывает повторений и обыденных идей»[12].

Ею созданы разного рода предметы крупноформатной мебели – диваны, софы, скамьи, столы, сиденья. Как правило, все они из удивительных материалов, имеют текущие формы, напоминающие явления природы, и, как и ее архитектурные проекты, становятся как бы новыми природными структурами. Эти объекты выступают в роли элементов, создающих динамичные пространства вокруг себя. Кроме того, часто они изготовлены совсем из необычных материалов, используемых в инновациях автомобильного дизайна, поэтому они оказываются очень легкими и

прочными. Для них характерны идеальные формы, удобные вырезы, обеспечивающие максимальный комфорт.

Для интерьеров ею созданы блюда, столовые приборы, вазы. И для них так же, как и для всего ее творчества, характерны плавные линии, привлекающие неожиданностью и мягкостью очертаний, при этом они удобны и хорошо сочетаются с эргономическими параметрами человеческого тела.

Столь же неожиданными и революционными оказались ее модели обуви – совсем они не похожи на традиционную женскую обувь, но оказываются очень удобными, создавая динамичный образ, вызывающий изумление. Удивительны также ее украшения, совмещающие безупречность огранки кристаллов Сваровски с обволакивающими их прихотливыми природными формами. Интересно, что во время учебы она часто проектировала лестницы, ведущие в никуда. Забавно, что вдова Винчестера, желая искупить зло, причиненное изобретением мужа, и получая ежедневно огромные суммы денег, пристраивала комнаты в своем доме, для того чтобы принимать людей. В этом доме есть лестница, которая упирается в потолок. Такой причудливой конструкцией отличается созданный Захой Хадид вместе с английским архитектором Амандой Ливет арт-объект – макроскамья из 150 полированных железобетонных блоков, представляющих как бы перфорированную стену, создавая впечатление перехода архитектуры в скульптуру «Инсталляция – гибрид, который отражает традиционные идеи стандартизации и новейшие технологические разработки, позволяющие воплощать самые немыслимые выдумки дизайнеров»[13].

Ею создан трехколесный двухместный городской автомобиль, меняющий место кабины на разных скоростях для большей безопасности движения.

Представляет интерес дизайн ее яхт, в которых учтены все требования для этого вида средств передвижения, и, как всегда, они вызывают недоумение своей необычностью и красотой.

К дизайнерским проектам относятся ее шахматы, названные ею «Поле башен», где каждая фигура наделена собственной индивидуальностью.

Как признается Заха Хадид: «Для меня создание архитектурного проекта и предмета дизайна – это одно и то же. Это все архитектура. В моем понимании она – текучий, изменчивый мир на фоне природы, уникальной и постоянно обновляющейся»[14].

Библиографический список:

- Пиотровский М. Каллиграфия пространства //Каталог выставки «Заха Хадид в Государственном Эрмитаже» Санкт-Петербург, 26 июня – 27 сентября 2015 г. С. 6.
- ² Акимова Е. А. Работы Захи Хадид для объединенных Арабских эмиратов. //Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 15. Искусствоведение. 2013. – Вып. 1. С. 161-162.
- ³ Белоголовский В. Интервью с Захой Хадид [Электронный ресурс] /В. Белоголовский; Агентство архитектурных новостей. – 2008. – Режим доступа: http://agency.archi.ru/news_current.html?nid=8497.
- ⁴ Белов А. Ю. Супрематизм и архитектура З. Хадид //Приволжский научный журнал, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, Нижний Новгород, 2014 №1 (29). С. 141.
- ⁵ Щукин А. Заха Хадид на Шарикоподшипниковской //Эксперт. – 2014, № 35, С. 60.
- ⁶ Интервью: Заха Хадид, беседовала Мария Варденга. [Электронный ресурс] <http://www.arhimir.ru/blog/3967.html>. (дата обращения - 24.01.2016).
- ⁷ Зайцева Инна. Заха Хадид: архитектурный Сталин современности [Электронный ресурс] <http://art1.ru/architrxture/zaha-hadid-architekturnyi-stalin-sovremannosti/> (дата обращения – 24.01.2016).
- ⁸ Страховская Ольга. Заха Хадид, архитектор [Электронный ресурс] –режим доступа:<http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/wondergirls/201899-zaha-hadid> – дата обращения – 24.01.2016.
- ⁹ Журавель Виктория. Zaha Hadid: растянуть рамки привычного искусства [Электронный ресурс] <http://horoshiy-ckus.biz.ua/zaha-hadid/> - дата обращения – 24.01.2016.
- ¹⁰ Е. А. Акимова. Работы Захи Хадид для объединенных Арабских эмиратов. //Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 15. Искусствоведение. 2013. – Вып. 1. С. 152.
- ¹¹ Тагиров Тагир. Звездные врата /Тагир Тагиров, Мария Корсакова //Архидом, 2006, №7. С. 55.
- ¹² Журавель Виктория. Электронный ресурс <http://horoshiy-ckus.biz.ua/zaha-hadid/> (дата обращения – 24.01.2016).
- ¹³ Архидом -. М., 2008. - №5 (78) - С. 58.
- ¹⁴ Хадид, Заха. Космическая архитектура Захи Хадид [интервью]/З Хадид; беседовала А. Вин //Архидом. – М., 2008. - №3 (76). - С. 64.

Морохова С.Н.,
директор Международной
«Ассоциации специалистов по сертификации»
(Москва, РФ)

СЕРТИФИКАЦИЯ И ПОДГОТОВКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ И СТРАН ЕС

Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года, принятая в 2001 году, основными целями развития образования определяет повышение его качества, доступности, эффективности. Модернизация высшего профессионального образования проходит различными путями, среди которых – его структурирование и перестройка, оптимизация сети образовательных учреждений, обеспечение его многоуровневости, создание университетских комплексов и т.д. Совершенствование системы профессиональной подготовки дизайнеров также является одним из направлений его модернизации.

В последние годы профессия дизайнера стала одной из наиболее престижных и востребованных в обществе. Становление рыночных отношений требует значительного количества профессионально подготовленных специалистов, способных эстетически подойти к организации предметной среды и сделать отечественную продукцию конкурентоспособной за счет совершенствования ее эстетических качеств. От того, как обеспечены ведущие отрасли народного хозяйства высококвалифицированными кадрами, во многом зависит успешное решение задач эффективного использования достижений отечественного и мирового дизайна. Это способствует привлечению пристального внимания к вопросам профессиональной подготовки дизайнеров, ее структуре, содержанию и организации как со стороны учреждений высшего профессионального образования, так и со стороны потенциальных абитуриентов.

Сегодня все больше высших учебных заведений различного типа стремятся открыть на своей базе это направление профессиональной подготовки специалистов в силу его большой популярности среди молодежи. Анализ ситуации, сложившейся в области профессиональной подготовки дизайнеров в вузах, позволяет констатировать наличие следующих противоречий.

Первое противоречие заключено между необходимостью улучшения качества профессиональной подготовки дизайнеров и отсутствием структурных и содержательных подходов к моделированию системы профессиональной подготовки дизайнеров.

Анализ профессиональной подготовки дизайнеров в исторически сложившихся центрах дизайн-образования выявил следующие причины, препятствующие разрешению данного противоречия:

- наличие в рамках образовательного пространства большого количества учреждений различного типа, осуществляющих подготовку дизайнеров, и удаленность центров профессионального дизайнерского образования друг от друга;
- отсутствие эффективной методики разработки модели системы профессиональной подготовки дизайнеров;
- недостаток опытных педагогических кадров, преподавателей специальных дисциплин;
- традиционный подход к осуществлению профессиональной подготовки дизайнеров в вузах и наличие множественных авторских методик обучения дизайну, не адаптированных к использованию в вузах;
- отсутствие типовых учебных программ;
- увеличение количества профессиональных изданий по проблемам теории и истории дизайна и недостаток учебно-методической литературы;
- несовпадение активных темпов развития научно-технического прогресса и медленных темпов внедрения современных информационных технологий;

- недостаточная оснащенность материально-технической базы вузов.

Второе противоречие возникает между существующей практикой подготовки специалистов, требованиями государственного образовательного стандарта и реальными условиями профессиональной деятельности дизайнеров, а также необходимостью гибкого реагирования на запросы рынка труда, приобретения будущими специалистами дополнительных надпрофессиональных знаний, умений, навыков, потребностью в профессиональной мобильности. Мы рассматриваем данное противоречие как следствие социально-экономических преобразований в обществе, определяющих современные цели профессиональной подготовки дизайнеров в высшей школе, предполагающие серьезные изменения в содержании и структуре образования выпускников соответствующих учебных заведений.

Системообразующим фактором в построении модели профессиональной подготовки будущего дизайнера с учетом дальнейшего обучения его на ступенях высшего образования является Государственный стандарт по специальности «Дизайн». Система подготовки будущих специалистов в области дизайна должна интегрировать образовательный процесс с реальными достижениями науки и техники и осуществлять на этой основе подготовку дизайнеров, сформированные навыки которых не отстают от развития современного информационного общества и от производства.

Современный дизайнер – это не только художник-творец. Это и специалист, умеющий собрать необходимую информацию, обработать ее и профессионально представить как результат личностного развития в образной графической или объемной форме. Это специалист с развитым проектным мышлением, который умеет разрабатывать концептуальные модели на основе собственных представлений. Это и проектант, который моделирует форму «по законам красоты» и понимает технико-технологические процессы внедрения собственных разработок.

Подготовка ответственного, компетентного дизайнера, свободно владеющего профессией, - одна из основных целей создания системы дизайн-

образования. Это требует новых, более эффективных инструментов оценки сформированных компетенций будущего специалиста - дизайнера.

Если рассмотреть подготовку специалиста-дизайнера в отношении «профессия - профессионал», то видим, что современный специалист должен иметь навыки работы с огромным количеством графических программ, таких как Autodesk 3DsMax, Maya, Fusion360, Adobe Indesign, Adobe Flash, Adobe Illustrator и др., подтвержденные документом об уровне владения ими.

Примером может служить опыт Британской высшей школы дизайна, которая является членом Международной ассоциации Teaching Designers Network (TDN), британского профсоюза British Design & Art Direction (D & AD) и Международного совета ассоциаций по графическому дизайну ICOGRADA. Здесь успешно развиваются два основных направления подготовки дизайнерских кадров. В первую очередь это британские модели высшего образования, по которым разрабатываются сертификационные программы, в ходе освоения которых студенты в течение нескольких лет получают фундаментальную подготовку на уровне мировых стандартов качества, подтвержденные обязательным Международным сертификатом.

Другая модель реализует принцип непрерывной многоступенчатой образовательной деятельности школы – работа по учебным программам, разработанным в рамках внеклассного и последиplomного образования.

Последняя предназначена для переквалификации и непрерывного развития практикующих дизайнеров на краткосрочных курсах, проходящих в летние месяцы (июле - августе):

- интенсив по дизайну интерьера;
- интенсив по промышленному дизайну;
- интенсив по графическому дизайну как фактору визуальных коммуникаций;
- интенсив по каллиграфии и типографике, заканчивающийся процедурой прохождения Международной сертификации различных уровней – от User до Professional.

Новое понимание сущности дизайна, его развития в условиях постиндустриального информационного общества своеобразно освещает цели и задачи, содержание и перспективы расширения границ культуротворческой проектной деятельности, не приводит к смысловой неопределенности профессионального поля культурной деятельности различных его субъектов, а наоборот, конкретизирует их действия, определяя монопольные плоскости, направленность и специфику каждого из направлений.

Библиографический список

1. Балл Г.О. Гуманізація загальної та професійної освіти: суспільна актуальність і психолого-педагогічні орієнтири // Неперервна професійна освіта: проблеми пошуку, перспективи: монографія / за ред. І.А.Зязюна. – К.: ВІПОЛ, 2000. – С. 134-57.
2. Бундина Ю.М. Формирование профессиональной компетентности студентов-дизайнеров как аксиологическая проблема // Вестник Одес. гос. ун-та. – 2006. – Т. 1, № 6 (июнь). – С. 92-97.
3. Вилкова А.А. Формирование компетентности в процессе обучения живописи у специалиста-дизайнера в вузе: автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.08 / А. А. Вилкова. – Ульяновск, 2007. – 26 с.
4. Гончаренко С.У. Український педагогічний енциклопедичний словник / Семен Устимович Гончаренко. – вид. 2-е, доповн. виправ. – Рівне: Волинські обереги, 2011. – 552 с.
5. Островерхова Н.М. Парадигми управління авторськими закладами освіти / Островерхова. – К.: Глобус, 1998. – 274 с.
6. Энциклопедия профессионального образования: в 3 т. / под ред. С.Я. Батышева. – М.: АПО, 1999. Т.2 – 440 с.

УДК 76.01

Никольшина Л.В.,
ассистент ИГД СПбГУПТД
(Санкт-Петербург, РФ)

СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ

Графический дизайн является одним из важнейших факторов визуальной коммуникации, способствующих нормальной жизнедеятельности общества. Визуальные коммуникации являются одним из компонентов социокультурной среды и накладывают отпечаток на эмоционально –

чувственную сферу личности, способы общения, восприятия и представления проблем общества. Дизайнер должен анализировать прошлые, а также предвидеть будущие последствия своих действий. Стоит отметить, что продукты графического дизайна представляют собой визуальные коммуникации, обращенные к потребителям. Визуальные коммуникации непосредственно выражают культурные, социальные, политические и экономические запросы общества и таким образом обеспечивают моментальный слепок состояния этого общества.

Таким образом, дизайнеры должны осознавать, какую роль играет их творчество в жизни общества и с этих позиций, ориентируясь на запросы общества, создавать отвечающий запросам социума дизайн-продукт, тем самым осуществляя передачу информации средствами дизайна, образуя так называемую визуальную коммуникацию. В современном обществе визуальные коммуникации становятся сферой не только функционального проектирования, но и способом смыслового конструирования, игрой со смыслом. Современное потребление превращается в интенсивный процесс постоянного обновления продуктов (объектов дизайна). Человек, руководствуясь своими желаниями, модой, престижем и т.д. стремится к постоянной погоне за новыми продуктами, обновляя свое предметное, визуальное пространство, свою среду обитания. Кроме функционального использования, создания и потребления вещей, графический дизайн становится видом деятельности по формированию новой смысловой реальности. Вещи, предметы, проникнутые культурным смыслом, выступают элементом моделируемой с их помощью социокультурной реальности.

Графический дизайн, или, как его называют, визуально-коммуникативный дизайн, является одним из компонентов социокультурной среды и накладывает отпечаток на эмоционально-чувственную сферу личности, способы общения, восприятия и представления проблем общества. Вопросы социальной ответственности начали активно обсуждаться в последние годы. Дизайнеры – графики в настоящее время стоят перед

выбором между личной или профессиональной этикой, так как трудно понять, как должен вести себя дизайнер по отношению к клиенту, к аудитории. Нельзя отрицать роль графического дизайна в его социальном контексте и ответственность за то, что происходит в социокультурном пространстве.

Можно отметить, что произведения графического дизайна – это объекты, отражающие не только разноплановые потребности людей, но также моральные и этические ценности. Моральные и нравственные нормы общества входят в общую систему ценностей, в которой живет человек, и которая определяет его деятельность. Человек находится в окружении ценностей, своего рода «ценностной среде» или «ценностном поле», в котором все вещи обретают значимость человеческую, социальную или общественную.

Продукты графического дизайна, окружающие человека, влияют на его поведение, сознание, образ мыслей, менталитет: они помогают людям в процессе взаимодействия с природой, друг с другом, образуя своеобразную культурную капсулу, располагающуюся на границе природы и культуры.

Произведения графического дизайна не могут существовать вне культуры. Любой созданный людьми визуальный проект в той или иной степени воплощает в себе главное предназначение культуры – закреплять коллективный исторический жизненный опыт, накапливать и хранить его, быть универсальнымместилищем социальной памяти человечества [2].

С середины прошлого столетия практика дизайна быстро набирает силу и начинает оказывать все более осязаемое влияние сначала на отдельные сферы, затем на жизнь общества в целом, что и получило отражение в развитии дизайна – от наброска объекта, который затем должен быть сделан или построен, до способа жизнедеятельности как таковой [4]. В современной зарубежной литературе: Ч. Миллс, В. Папанек, Дж. Джонс, В. Марголин, Р. Бучанан, Е. Манцини, М. Витта и др., а также отечественной: М.С. Каган, К.М. Кантор, В.М. Розин, Г.П. Щедровицкий, В.Л. Глазычев, С.О. Хан-

Магомедов, О.И. Генисаретский, В.Ф. Сидоренко и др. прослеживается сдвиг в понимании дизайна – постепенно преодолевается узкопрофессиональный подход к нему, интерес сосредотачивается на таких вопросах, как: роль дизайна в современной культуре, социальная ответственность дизайнера, особенности включенности дизайна в процессы коммуникации. Важными становятся коммуникативные качества дизайнера, т.е. насколько верно дизайнер понимает задачи и как он выражает их в виде концепции и затем – в конечном результате – творческой деятельности.

Проблему коммуникации исследовали представители разных научных областей: психологи, философы, социологи и др. К анализу самого понятия «коммуникация», «коммуникативные умения» в своих трудах обращались: Б.Г. Ананьев, Ю.М. Жуков, Ю.С. Крижанская, В.В. Охотникова, Л.А. Петровская, Б.М. Теплов, А.Л. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, В.Я. Якунин и др.

Среди теоретиков дизайна наибольший интерес представляют работы Ю.Б. Борева, Л.Н. Безмоздина, А.В. Иконникова, К.М. Кантор, Г.Н. Лолы, В.Ф. Рунге, С.О. Хан-Магомедова и др.

В контексте вышесказанного дизайнер должен анализировать прошлые и прогнозировать будущие последствия своих действий. Дизайн чувствителен ко всем изменениям в обществе, и наступившие коренные преобразования общественной жизни радикально изменили как потребности заказчиков, так и методы работы самих дизайнеров. Современный дизайн, словно губка, впитывает самые разные мотивы, он не ограничен никакими стилистическими рамками, которые когда-то задавали направления его развития, он обнаруживает новые выразительные средства, одним словом, сейчас дизайн располагает неограниченными возможностями.

Вопросы, связанные с этическими аспектами в графическом дизайне, стали активно обсуждаться параллельно с бурным развитием визуальных коммуникаций 80-х годов XX века, когда роль графического дизайна стала предметом серьезного изучения в художественных школах и нашла поддержку различных профессиональных организаций во многих странах

мира. Тенденции глобализации в области корпоративного бизнеса, внутренней и внешней политики различных государств вывели морально-этические аспекты на новый уровень [3].

В сообществе дизайнеров-графиков появились личности, деятельность которых была направлена на создание движения по реализации идеи социальной ответственности в графическом дизайне. Одним из ярких представителей этого движения является канадский дизайнер Дэвид Берман – автор книги «Как дизайнеры могут изменить мир».

Следует отметить, что этические принципы описываются на сайтах следующих организаций:

- Американский институт графических искусств;
- Общество промышленных дизайнеров Америки;
- Общество дизайнеров Канады;
- Ассоциация Графиков-дизайнеров Австралии;

В последующем моральные нормы, принятые в профессиональном сообществе дизайнеров, оформляются и закрепляются в специальном кодексе дизайнера, принятом в 1965 году на IV конгрессе ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) в Вене, - «Примерный международный кодекс профессионального поведения дизайнера». Содержание данного документа было направлено на укрепление моральной ответственности дизайнера, повышение его профессионального престижа.

В 1965 году членом ICSID становится ВНИИТЭ (Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики), созданный в 1962 году в Москве под руководством Государственного комитета по науке и технике в соответствии с постановлением Совета Министров СССР № 349 «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования». Можно отметить что данный документ практически положил начало становлению дизайна в СССР. В период развития дизайна в

России в 1991 году была создана Общероссийская общественная организация «Союз дизайнеров России», который является членом ICSID с 2007 года.

На сегодняшний день Международный профессиональный кодекс чести дизайнера осмысливается как образцовый кодекс поведения для дизайнеров. Целью кодекса является «формирование основных принципов международных этических норм в дизайнерской практике, принятых всеми организациями – членами ICSID». Кодекс предусматривает ответственность дизайнеров, работающих в обществах и объединениях организаций – членов ICSID, перед обществом, перед другими дизайнерами, перед клиентами.

Системно-целостное представление о дизайне в единстве всех сторон человеческой деятельности, практически преобразующей, познавательной, аксиологической, коммуникативной описано в диссертации И. Е. Никитиной «Специфика дизайна как современного средства проектирования социокультурного пространства». Современный дизайн рассмотрен в качестве ведущего средства проектирования социокультурного пространства человека.

Анализ научной и исторической литературы показывает актуальность графического дизайна в контексте современных политических, социальных, экономических проблем общества, а также ответственность дизайнера перед аудиторией за создаваемый ими дизайн – продукт. В связи с этим дизайнер должен руководствоваться в своей работе нравственными нормами, моральными и этическими принципами. Все это необходимо учитывать в процессе профессиональной подготовки дизайнеров.

Библиографический список

1. Никульшина Л.В. Формирование этических ценностей будущих дизайнеров как актуальная проблема профессиональной подготовки// Вестник ЛПУ им. А.С. Пушкина - №1 – СПб., 2015. Том 3 – С.67-72.
2. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 218 с.
3. Папанек В. Дизайн для реального мира. – М.: Издатель Д. Аронов, 2004. – 416 с.
4. Jones, J.C. Designing Designing. London, 1991.p.ix

Нестерова М.А.,
доцент кафедры компьютерной графики и дизайна
Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения
кандидат искусствоведения
(Санкт-Петербург, РФ),
Спицына К.А.,
кандидат экономических наук
(Москва, РФ)

«ДОРАЭМОН»: ОПЫТ ЯПОНСКОГО МЕДИАДИЗАЙНА В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОГО БРЕНДА

Культурная дипломатия имеет давнюю историю, однако активная политика популяризации национальной культуры за рубежом проводится развитыми странами с 50-х годов XX века. Именно в это время были созданы и апробированы две основные модели «мягкой дипломатии»: европейская и англо-американская. Европейские страны, такие как Франция, Италия, Германия, продвигают образы и смыслы традиционной культуры, а США, Великобритания и Япония предпочитают использовать продукцию популярной культуры.

Хотя современная фаза развития современной японской культурной дипломатии началась после окончания Второй мировой войны, когда возникла потребность качественно изменить образ Японии во всем мире. В XXI веке в Японии на государственном уровне поддерживается активная политика, направленная на пропаганду популярной культуры Японии за рубежом. Заимствование англо-американской модели прослеживается и в концепции «Cool Japan», ставшей трансформацией слогана британской культурной политики «Cool Britannia».

Важной составной частью концепции «Cool Japan» является принятая в молодежных субкультурах эстетическая категория «кавай», которая является субъективной характеристикой любого предмета, который индивидуум сочтёт «милым и прелестным».

Характеристиками «кавай» обладает практически вся продукция современного японского дизайна и визуальной культуры. В этом отношении

особый интерес представляют образы популярных японских манга, аниме, цифрового контента мобильных коммуникационных устройств, видеоигр, многие из которых трансформировались в знаки успешных торговых брендов. Образ анимационного кота «Дораэмона» представляет собой пример успешной трансформации образа персонажа манга в культурный бренд, в том числе средствами медиадизайна.

Впервые образ галактического кота Дораэмона появился в 1969 году на страницах одноименной манга Фудзико Фудзио. Герой манга был создан на основе классической «кавайной» формулы, благодаря чему стремительно приобрел популярность на внутреннем рынке. В 1973 году Дораэмон стал персонажем анимационного сериала и приобрел свой современный внешний облик. С этого времени, кроме ряда сериалов, было создано 28 полнометражных, 8 короткометражных анимационных фильмов, выполненных в жанре двухмерной и трехмерной анимации (2014).

Образ Дораэмона активно используется в гейм-дизайне: к настоящему времени выпущено несколько десятков игр для разных платформ, ориентированных преимущественно на внутренний японский рынок.

Из героя анимационной саги Дораэмон постепенно становится популярным торговым знаком: его изображение размещается на канцелярских товарах, одежде и аксессуарах, выпускаются игрушки, конструкторы и научно-популярные издания для детей.

Кроме того, истории о галактическом коте становятся основой рекламных роликов, в которых роль Дораэмона исполняют известные актеры. Например, в 2012 году французский актер Ж. Рено перевоплотился на экране в Дораэмона для рекламного ролика японской автомобильной компании «Тойота» [1].

В 2010 году в Токийском Национальном музее науки и инноваций была организована специализированная выставка «Научное будущее Дораэмона», посвященная как истории о Дораэмоне, так и современным техническим инновациям, созданным по мотивам его «волшебных устройств».

В рамках реализации стратегии культурной дипломатии в 2008 году персонаж Дораэмон стал первым национальным аниме-послом. С 2013 года образ галактического кота успешно используется как эмблема заявочного комитета, выступающего за выдвижение Токио в качестве столицы летних Олимпийских игр 2020. Таким образом, анимационный персонаж кот Дораэмон, созданный инструментами и технологиями медиадизайна, стал символом культурной дипломатии Японии.

Зарубежный опыт оправдал применение «мягкой силы» культурной дипломатии для повышения интереса к стране, что отвечает требованиям национальной экономики. При этом, следует помнить, что продукция современной массовой культуры представляет собой лишь поверхностную часть, созданную под влиянием различных внешних факторов, и только экспорт традиционных культурных ценностей, способствует пониманию основ истории и культуры страны, исторической значимости Японии и ее многовековой культуры для мирового наследия.

Библиографический список

1. Okelana J. Jean Reno as Doraemon: Toyota's Newest Ad Campaign [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.axiommagazine.jp/2012/02/12/jean-reno-doraemo/> (дата обращения: 26.06.2016).
2. Куланов А.Е. Культурная дипломатия Японии // Япония. Ежегодник. 2007. - № 36. - С. 116-130.
3. Нестерова М.А. Эстетика кавай в современном японском дизайне терапевтических роботов // Дизайн. Материалы. Технология. М., 2014. - №1 (31). - С. 3-5.

Паркан Т. Д.,
преподаватель ИГД СПбГУПТД,
член Санкт-Петербургского объединения
ландшафтных архитекторов
(Санкт-Петербург, РФ)

ДИЗАЙН КАК ФАКТОР ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

Поток туристов в наш город увеличивается с каждым годом. Туристы, да и сами горожане восхищаются, посещая исторический центр города. Каким унылым контрастом предстают окружающие центр районы. Можно вспомнить, как активно посещают туристы новый район Парижа - де Фанс. Очевидно, дизайнеры с энтузиазмом могли бы преобразовать наши спальные районы, используя все средства современного дизайна, включая графический дизайн, чтобы не только жители этих районов, но и гости города с удовольствием там находились.

Архитектура организует пространство посредством ритмов, масштабов, объёмов, цвета. Включаются в организацию пространства все виды изобразительного искусства. История взаимодействия изобразительных и пластических искусств с архитектурой, "синтез искусств" своими корнями уходит в далёкое прошлое. Архитекторы создавали и создают для человеческой жизнедеятельности художественно организованное пространство, которое становится средой для синтеза искусств. Всемирно известные архитектурные ансамбли являются тому подтверждением. Полифункциональный подход позволяет учесть эстетические, социальные, эргономические требования. При таком подходе задача создания комфортной городской среды, имеющей свой запоминающийся художественный образ, выходит на первый план (рис. 1). Зародившись на рубеже XIX-XX столетий как средство эстетизации индустриально выпускаемой продукции, дизайн в начале XX века выходит на улицы города. Рекламные установки, торговые автоматы, фасадная суперграфика, пиктограммы. Во внешнем облике любого города особенную роль играет графический дизайн.



Рис. 1. Район Дефанс в Париже

При организации предметно-пространственной среды города решающее значение отводится визуальной коммуникации. Визуальные коммуникации призваны раскрыть функциональную структуру города. При этом такие элементы визуальных коммуникаций, как суперграфика или цветное зонирование, не может существовать вне архитектуры города и синтеза с ней. Но, помимо функциональной задачи (улучшение ориентации человека в пространственной структуре градостроительных образований), важнейшая задача визуальной коммуникации (графического дизайна) современного городского пространства — формирование стилистически целостного художественно выразительного пространственного ансамбля. Проектирование визуальных коммуникаций выполняется на основе принципов дизайна. Графика в городской среде формировала в определённой степени его собственный художественно-графический стиль — "фирменный графический стиль города".

При проектировании шрифтовых композиций решались и градостроительные задачи функционального и композиционного плана. Шрифтовыми композициями выявлялись в общей пространственной структуре города площади, перекрёстки улиц, и таким образом при организации предметно-пространственной среды города происходил синтез средств дизайна и градостроительства. Суперграфика, как и графический дизайн в целом, расширила свои предметные границы и охватывает не только

архитектуру фасадов застройки, но также так называемый "пятый фасад" — благоустройство территории города посредством рисунков мощения, используя как природный материал для мощения, так и цветные асфальты. Графический дизайн непрерывно трансформирует образ городской среды. В июне 2015 года многие горожане заметили, как изменилась Дворцовая площадь — появились газоны с деревьями и выполненные из живых цветов декоративные ковры с логотипами (рис. 2). Это явилось своеобразным приветствием замечательному событию — впервые в истории ИФЛА Всемирный конгресс проходил на территории России (52-ой Всемирный конгресс Всемирной федерации ландшафтных архитекторов). Девиз и основная тема конгресса — "История будущего". Участвовали в этом мероприятии представители из 190 стран. Наш город признан музеем ландшафтного искусства, так как представлены почти все исторические стили.



Рис. 2. Дворцовая площадь в июне 2015 г.

Средовой подход объединяет множество направлений ландшафтной архитектуры и дизайна: зелёные насаждения, цветочное оформление, мощение, малые формы, скульптуру, праздничное оформление. В разработанном ландшафтном сценарии нашего города помимо всех составляющих городской среды одно из основных мест в концепции занимает колористика — гармоничное цветовое решение фасадов зданий,

элементов благоустройства и оборудования городской среды. Ландшафтный сценарий рассматривается как целостная инфраструктура элементов и звеньев городского ландшафта, интегрированная в планировочный каркас.

Необходимо бережно относиться к природной палитре петербургского пейзажа. Графические дизайнеры совместно с другими специалистами, помогают в формировании высококомфортной среды городского ландшафта. Новые технологии и новые материалы дают возможность изменить в некоторых случаях городскую среду, ландшафт графическими средствами.

В нашем городе много "дворов-колодцев", которые имеют депрессивный вид и требуют облагораживания. Также большое количество «спальных» районов выглядят уныло, и даже обилие рекламы не спасает положение. Монотонная застройка часто не выразительна, а главное, отсутствие колористического решения создаёт унылый фон для жизни. Поднять эмоциональный фон, сделать окружение более позитивным можно, введя цветовые композиции на асфальтовых покрытиях в рекреационных зонах и на брандмауэрах (рис. 3).



Рис. 3. Новостройки приобретают индивидуальность

Приёмы П. Гонзага и других мастеров, используя современные технологии в области рекламы, помогут реанимировать депрессивные зоны в условиях современного мегаполиса не очень затратными средствами. Это под силу графическому дизайну совместно с другими специалистами в области средового дизайна. В настоящее время графический дизайн берёт на

себя функции монументального и декоративно-прикладного искусства и активно включается в художественно-колористическое оформление городской среды (рис. 4), городского ландшафта.



Рис. 4. Жилая застройка австрийского художника и архитектора Ф. Хундертвассера

При проектировании колористики города целесообразно включать графический дизайн как часть объёмно-пространственной системы архитектурно-художественного произведения.

Библиографический список

1. <http://design-review.net/>
2. <http://architecturehistory.ru/>
3. <http://chloveknauka.com/>
4. Канунникова Л. Ландшафтный сценарий Санкт-Петербурга// Сборник тезисов докладов участников 52 Всемирного Конгресса Международной федерации ландшафтных архитекторов. – СПб. 2015.

УДК 378.14:7

Петрухина О.В.,
старший преподаватель,
Санкт-Петербургской государственной
художественно-промышленной
академии им. А.Л. Штиглица
(Санкт-Петербург, РФ)

СОЗДАНИЕ МЕДИА-ПРОДУКЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ: ВОВЛЕЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В ТВОРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ ВУЗА

На данный момент в сфере образовательных услуг сложилась ситуация, в которой ярко преобладают рыночные тенденции. Происходит это,

зачастую, в противовес образовательным направлениям, методикам, идейной составляющей образовательного процесса.

В контексте ситуации, когда многочисленные дизайн-школы и различные курсы обещают за несколько занятий дать «весь спектр необходимых для реальной работы знаний и навыков», поступление в ВУЗ (с перспективой 4 – 6 – летнего обучения), на фоне рекламных обещаний «всего и сразу», не выглядит выбором однозначным и очевидным. Многие абитуриенты часто не могут со всей ответственностью объяснить критерии своего решения, мотива и выбора. На фоне иногда случайного выбора у студентов начинает теряться «запал» к дальнейшему обучению. Одновременно с началом рабочей деятельности, стремление к профессиональному росту претерпевает качественные изменения, коммерциализируется.

Очевидно, что один из важнейших критериев успешности молодого специалиста, его творческого роста – внутренняя мотивированность, нацеленность на высокохудожественный результат. Достигается это пониманием возможностей, направлений развития, творческих перспектив, дальнейшего саморазвития.

Идеальна ситуация, в которой у студента хватает осознанности для самообучения и самостоятельного творческого поиска. Задача преподавателя – помочь с выбором направления, разработать «шаги», мотивировать студента. Инструментарий подобной мотивации разработан достаточно давно, и он не только не потерял своей актуальности, но и обогатился новыми приемами и возможностями: практические семинары, воркшопы, тематические лекции, мастер-классы, встречи с людьми, состоявшимися в профессии, известными; общение с зарубежными специалистами, коллегами-практиками, вовлечение обучающихся в творческие проекты, проходящие в вузе и/или под его патронажем. Задача преподавателя – правильно донести информацию о конкретном событии и объяснить перспективы, которые получит студент в результате участия в том или ином мероприятии. Далее

работает уже личная заинтересованность студента: составление творческого портфолио; работа в команде под руководством высококлассного специалиста; чувство сопричастности процессу; нацеленность на конкретный результат.

Многочисленные плюсы практического подхода очевидны: у студентов снимаются личные «зажимы», возрастает уверенность, появляются новые идеи, меняется восприятие.

В период с 2013- 2015 гг. в СПГХПА им. А. Л. Штиглица неоднократно организовывались мероприятия с привлечением студентов кафедры графического дизайна, специализации «Анимация и компьютерная графика». Можно с уверенностью сказать, что каждое из таких мероприятий дало свои интересные результаты. О некоторых наиболее интересных таких проектах, пойдет речь ниже.

В конце ноября - начале декабря 2013 года состоялось участие студентов второго курса специализации «Анимация и компьютерная графика» в биеннале дизайна «Модульор 2013» в номинациях: «Дизайн детям» и «Медиа дизайн». Студенты представляли четыре проекта, вызвавшие профессиональный интерес у строителей и живое зрительское внимание.

Иллюстрация 1



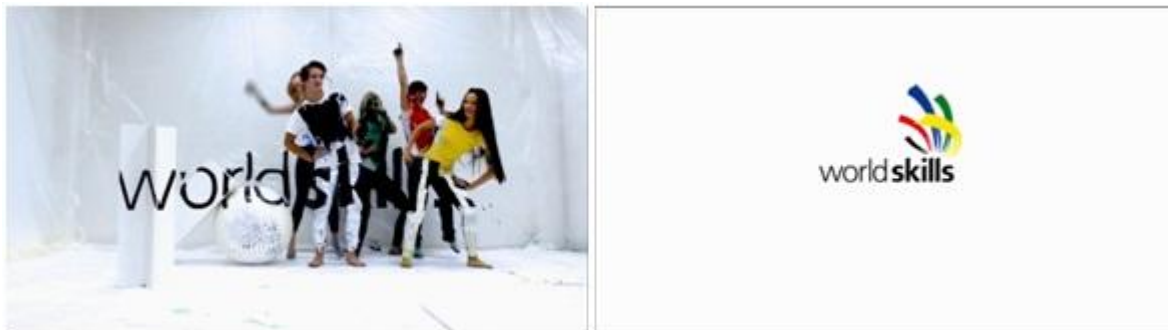
Другим примером коллективной работы студентов кафедры стал совместный проект, проводимый в рамках 11 фестиваля анимации «Мультивидение», при участии французского дизайнера-аниматора Луиса Ньето, проходивший на студии документального кино. Проект включал с себя три этапа: конкурсный отбор участников; работа в составе творческой группы под руководством Луиса Ньето (участники проекта генерировали идеи, снимали, обрабатывали и монтировали изображение, создавали инсталляцию); монтаж, сбор и представление проекта в рамках фестиваля «Мультивидение». Сразу четыре студента 3-го курса Академии, кафедры графического дизайна, специализации «Художник анимации и компьютерной графики» смогли пройти конкурсный отбор и принять участие в проекте. Итогом стала совместная работа, медийный проект-инсталляция, которая была представлена в рамках фестиваля «Мультивидение» на площадке выставочного центра «Эрарта».

Иллюстрация 2



В 2014 году студенты 3-го курса специализации «Анимация и компьютерная графика» стали официальными креативными партнерами Национальной сборной России WSR.

Иллюстрация 3



В 2015 году студенты кафедры графического дизайна приняли непосредственное участие в создании элементов визуально-графической айдентики международной Ассамблеи Анимации, создав серию фирменных плакатов, медиа-презентаций и инсталляций.

Иллюстрация 4



Участие обучающихся в творческих проектах вуза сложно переоценить – студенты приобретают новые специализированные знания и навыки; получают опыт реальной проектной работы, не покидая стен учебного заведения; получают условия для творческой самореализации и учатся работать в команде. Нельзя не упомянуть также такой важный аспект, как

создание, в процессе работы над проектом, творческих коллективов единомышленников. Обучающиеся приобретают социальную и профессиональную мобильность в динамично развивающемся пространстве сегодняшнего дня. Реальные творческие проекты способствуют росту эффективности научно-исследовательской работы обучающихся, созданию высокого уровня мотивированности и участия обучающихся в научной жизни академии.

УДК 728.1

Попова Е. С.,
студентка ИДПС СПбГУПТД,
Москалюк О.А.,
старший преподаватель
ИДПС СПбГУПТД,
кандидат технических наук
(Санкт-Петербург, РФ)

ЖИЛОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СПОСОБ ВОСПИТАНИЯ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ЭКОЦЕНТРИЧНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ

Экологический дизайн во многом способствует формированию бережного отношения к окружающей среде: экономии ресурсов, стремлению к долговечности вещей, окружающих человека, а также созданию безопасных и благоприятных условий для физического и психического здоровья человека. Причём в понятие «экологически чистый объект» вкладывается не только отсутствие отрицательного воздействия на среду, но и психологический комфорт пользования им. Такой дизайн предлагает концептуальные решения для настоящего и будущего. Средствами экодизайна возможно влиять на социокультурные процессы, воспитывать у потребителей экоцентрическое отношение к природе [1, 2][2, 2].

Для проведения данной работы был разработан специальный опросник, позволяющий установить, насколько экологический дизайн является комфортным для человека, насколько современная молодежь хочет и готова использовать натуральные материалы для организации своего жилого

пространства, насколько четко у современного человека сформировалось осознание необходимости ведения экологичного образа жизни. Опрос был проведён среди молодого населения от 18 до 25 лет. Для начала опрашиваемым было предложено выбрать между четырьмя различными направлениями: экодизайн, барокко, хай-тек и бохо. Экодизайн предпочли 65 % опрашиваемых, барокко – 5 %, хайтек – 18 %, бохо – 12 %. Так как в основе экодизайна заложен принцип использования исключительно натуральных материалов, следующим вопросом стал выбор материалов для мебели. В нашем случае выбор был между ЛДСП (древесно-стружечная плита), МДФ (древесно-волоконная плита средней плотности) и натуральное дерево. ЛДСП (древесно-стружечная плита) выбрали 3 %, МДФ (древесно-волоконная плита средней плотности) – 9 %, а натуральное дерево – 88 % опрашиваемых. Но, к сожалению, натуральные материалы стоят значительно дороже, возник вопрос, изменятся ли ответы потребителя, если они будут знать, в какую цену им обойдется стремление к заботе об окружающей среде и здоровье. Средняя цена, например, на шкаф из ЛДСП – 10-15 тысяч рублей, МДФ – 35-40 тысяч рублей, а шкаф из натурального дерева обойдётся владельцу в 80-100 тысяч рублей. В итоге выбор потребителя изменился. Мебель из ЛДСП (древесно-стружечная плита) предпочли 20 %, из МДФ (древесно-волоконная плита средней плотности) – 40 %, а из натурального дерева – 40 %.

Средствами экологического дизайна возможно определить перспективы и возможные пути развития общества, формировать моду на экологичный образ жизни. Поэтому были заданы два взаимосвязанных вопроса: необходим ли экологичный образ жизни для современной молодёжи и ведет ли опрашиваемый экологичный образ жизни? 87 % опрошенных считают, что такой образ жизни необходим, но далеко не все эти люди могут сказать, что действительно осознают важность заботы о природе, так как только 44 % опрошенных ответили, что действительно ведут экологичный образ жизни.

Как видно из опроса в современном мире необходимо создать предпосылки для формирования у современной молодёжи экологической осознанности организации их жилого пространства.

Предложен вариант применения экологического дизайна с меньшими затратами на материалы и без ущерба для комфорта человека.

Так как из опроса стало понятно, что молодой человек не имеет возможности платить за высококачественную продукцию, соответствующую принципам экодизайна, представлен дизайн-проект организации жилого пространства современного молодого человека, закладывающий предпосылки для «экологически сознательной» организации жилого пространства. С учетом таких принципов экодизайна, как:

- наличие экологичных элементов декора;
- безопасность использования изделий;
- большое количества света и простора;
- природоморфные формы;
- спокойные природные цвета;
- долговечность.

Таким образом, «экологически сознательная» организация жилого пространства должна способствовать трансформации сознания современной молодежи из антропоцентрического в экоцентрическое по отношению к природе.

Библиографический список

1. Панкина М.В., Захарова С.В. Экологический дизайн как направление современного дизайна. Определение понятия [Электронный научный журнал] // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4; Режим доступа: URL: <http://www.science-education.ru/110-9670>.

2. Панкина М. В., Захарова С. В. Экологический дизайн: учебное пособие. – Бийск: Изд. Дом «Бия», 2011. – 188 с.

Прозорова Е.С.,
доцент кафедры дизайна пространственной среды
ИДПС СПбГУПТД,
кандидат _ультурологи
(Санкт- Петербург, РФ)

**МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ДИЗАЙНА:
МЕХАНИЗМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНЦЕПЦИЙ, ЭКСПОДИЗАЙН,
СЦЕНОГРАФИЯ**

В мировой практике создания рекламных компаний, преобразования городской среды и интерьеров коммерческих пространств, оформления концертных и выставочных площадок активно используются визуальные эффекты видеоинсталляций. Являясь инструментом временного преобразования среды, такие проекты нацелены на продвижение технологий и идей, новых концепций брендов и служат необходимым компонентом маркетинговой составляющей дизайна.

В 2010 году в рамках Миланской недели дизайна компанией Canon был запущен проект Neoreal (рис. 1), представивший возможности трансформации пространства и предметного мира при помощи светопроекционных технологий. На пространственную конструкцию на основе многогранника, разработанную японским архитектором Акихиза Хирата (Akihisa Hirata), проецируются динамично сменяющиеся изображения и преобразуются в объемную цветовую среду. Концепт демонстрирует объемную природу проецируемого потока и возможности использования плоского статичного фотоизображения для создания динамичной трехмерной реальности.

В 2013 году креативная лаборатория Carnovsky разработала концепт шоу-рума «Zizagging» (рис. 3) на основе видео-мэппинга для модного дома Missoni, представившего новые мотивы графики для интерьерного текстиля. Динамично меняющийся рисунок поверхностей стен, пола и потолка большого лофта в районе Врега был построен на основе «фирменной» графики многоцветных зигзагов, на фоне которой демонстрировались анимированные орнаменты новой коллекции. Концепция является частью

крупного проекта «RGB» лаборатории по исследованию взаимодействия печатного изображения и проецируемого цвета. Результаты исследований реализованы в коллекциях трехмерной графики в многочисленных интерьерных решениях, представляющих таким образом интеграцию графического, интерьерного и светового дизайна.

Анимированные изображения принтов стали основой дизайна нового пространства Carrellini Point 2016 всемирно известного бренда Каппеллини. Технологии трехмерного моделирования, виртуальная реальность, анимация оказывают воздействие на привычные типы мебели и преобразуют картину будущих пространств как с точки зрения формы, так и структуры поверхностей.

Виртуальная реальность может занять одно из ведущих мест в будущем интерьерных решений – такой тезис выдвинули разработчики систем Connected home на примере концепций кухонного пространства ведущих мировых брендов – Grundig, Miele, Siemens и других. Это было продемонстрировано на выставке FTK в рамках Миланского салона 2016, где кухня будущего оборудована технологией Virtual User Experience на основе виртуальных панелей управления всеми процессами и оборудованием. Превью концепции было представлено как объемная интерактивная среда, управляемая с экрана смартфона, где цвет, материалы поверхностей, стиль интерьера, информационные поля, навигация и процесс приготовления блюд – глобальный трехмерный динамичный контент (рис. 2).

Таким образом, медиатехнологии сегодня становятся важным компонентом коммуникации как в рамках презентации новых идей, так и в качестве полноценного компонента дизайн-продукта.



Рис. 1. Canon Neoreal 2010



Рис. 2. Grundig Eurocucina 2016

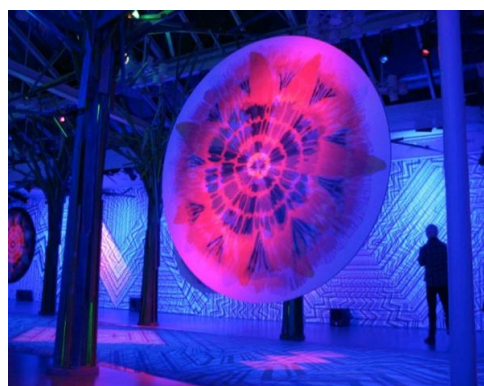


Рис. 3. «Zigzagging» Missoni 2013

Решетникова Т. М.,
старший преподаватель кафедры дизайна
Восточно-Сибирского государственного
института культуры
(Улан-Удэ, РФ)

ИННОВАЦИИ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВНЕДРЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ)

Инновационные, в частности активные и интерактивные формы обучения, являются неотъемлемой частью современного образования. Эти формы на протяжении последних десяти лет применяются при изучении широкого спектра предметов в средней школе: математика, биология, русский язык, литература, история, география и др. Подобный опыт в высшей школе пока невелик, хотя, согласно стандартам третьего поколения, активные и интерактивные формы обучения должны составлять не менее 20 % аудиторных занятий. Как показывает практика последних лет, обучение студентов-дизайнеров становится более эффективным при внедрении вышеназванных форм в образовательный процесс. В связи с этим нам представляется актуальным рассмотреть некоторые из них.

Студенты – будущие бакалавры в области дизайна среды – должны не только обладать определенным запасом общеобразовательных и общепрофессиональных знаний, владеть профессиональными навыками по проектированию средовых объектов, но и уметь предложить свою работу заказчику. Этим были обусловлены цель и задачи разработанной нами деловой игры «Встреча с заказчиком», имеющей междисциплинарный характер. [1, С. 95].

Цель игры заключается в следующем: формирование у студентов навыков взаимодействия в профессиональном коллективе в условиях конкретной деловой ситуации.

Задачи игры:

1. Активизация жизненной позиции студентов.
2. Активизация профессионального творческого мышления студентов.
3. Выработка у студентов умения вступать в контакт с незнакомой аудиторией, способности не теряться при возникновении непредвиденных, сложных ситуаций.
4. Формирование у студентов навыков межличностного общения, культуры спора, диалога в условиях конкретной деловой ситуации.
5. Формирование у студентов профессиональных, интеллектуальных, эмоциональных и волевых качеств в условиях конкретной деловой ситуации.
6. Реализация в условиях деловой игры следующих методов обучения: контекстного метода обучения, направленного на соединение теории с практикой, в частности, теоретических знаний, полученных при изучении дисциплины «История дизайна, науки и техники» и практических навыков, полученных при изучении дисциплины «Проектирование»: применение знаний о стилях барокко, классицизм, модерн, конструктивизм при проектировании и декорировании интерьеров в современных условиях; метода мозгового штурма; клаузуры.

Деловая игра состоит из трех этапов: подготовительного, основного и заключительного. Подготовительный этап включает в себя: разработку концепции, плана деловой игры и модели конкретной деловой ситуации; постановку конкретных задач перед студентами (повторение лекционного материала, изучение рекомендуемой педагогом литературы, самостоятельный поиск дополнительной информации, разработка примерных концепций дизайн-проектов по формированию интерьеров различных помещений в современных условиях с использованием элементов исторических стилей; консультирование студентов в процессе подготовки к

деловой игре; предварительный тренинг в процессе подготовки к деловой игре).

Основной этап включает в себя: разделение студентов на две команды (дизайнерские фирмы, специализирующиеся на проектировании интерьеров) способом жеребьевки; выбор лидера – «генерального директора фирмы»; формулировку названия и слогана фирмы; разработку логотипа; «знакомство с заказчиком»; разработку дизайн-проекта конкретного помещения, например, «Интерьера гостиничного холла», «Интерьера банкетного зала», «Интерьера дизайн-студии» и т. п.; представление концепции дизайн-проекта «заказчику»; принятие «заказчиком» решения. Заключительный этап представляет собой подведение итогов деловой игры: оценку жюри работы организаторов и студентов.

В процессе проведения деловой игры использовались следующие активные методы: метод мозгового штурма и метод экспресс-проектирования (клаузура). Метод мозгового штурма основан на принципе энергичного «вброса» идей членами творческой группы. Клаузура – метод экспресс-проектирования, представляет собой промежуточный этап проектной работы, фиксирующий результаты обследования объекта, изучения аналогов и первый обдуманый проектный замысел; вид выполнения – любая графика, адекватно раскрывающая сущность проектной идеи и аргументирующая благоприятные перспективы ее разработки. [3, С. 251].

Особое внимание нам хотелось бы уделить такой интерактивной форме, родившейся в процессе подготовки к деловой игре, как тренинг. В ходе тренинга студентам предлагается вытянуть карточки, на которых указан тип помещения в определенном стиле, например, «Спальня в стиле рококо», «Банкетный зал в стиле барокко», «Чайная в стиле классицизм», «Зоомагазин в стиле ампи́р» и т. п. Далее необходимо за короткое время (1ч. 20 мин.) создать графический и устный образ будущего помещения (план, функциональное зонирование, декорирование, освещение, мебель и т. д.).

Нам думается, что применение формы тренинга и деловой игры способствует раскрепощению студентов, развитию устной речи, умению отстаивать свою точку зрения. Все это имеет практическую направленность на формирование профессиональной культуры общения.

Весьма эффективной в обучении студентов-дизайнеров по дисциплинам «История искусств», «История дизайна, науки и техники» является и ролевая ситуационная игра, в частности, такие ее разновидности как урок-аукцион и урок-экскурсия. Специфика ролевой игры заключается в моделировании жизненной ситуации в соответствии с сюжетом, распределенными ролями и направленности действий учащихся в соответствии с ними. Методика разработки и проведения ролевых игр предусматривает включение следующих этапов: подготовительный, игровой, заключительный. [2, С. 55].

Основным содержанием урока-аукциона является «продажа» студентами знаний, в нашем случае под видом «продажи» произведений изобразительного искусства, архитектуры или предметов интерьера. Подготовительный этап урока-аукциона включает в себя: разработку концепции, плана, содержания урока-аукциона; составление списка «лотов» (художественных произведений); разработку шаблона сертификата качества художественного произведения; заполнение сертификатов качества художественных произведений студентами; подготовку материального обеспечения; консультирование студентов. Основной (игровой) этап представляет собой собственно «торги». При этом студентов можно разбить на несколько команд (в этом случае усиливается состязательный характер ситуации), либо ограничиться только личным первенством. Заключительный этап представляет собой подведение итогов деловой игры: оценку жюри работы организаторов и студентов.

Содержанием урока-экскурсии как разновидности ролевой ситуационной игры является демонстрация студентами знаний под видом вовлечения участников в виртуальную экскурсию. Студенты выступают в

качестве «экскурсоводов», члены жюри - в качестве «туристов». Основной этап проведения урока-экскурсии состоит в том, что студенты по очереди представляют вниманию «туристов» виртуальную экскурсию по одному из городов мира, например, по одному из городов Европы. В процессе «экскурсии» студенты подробнее останавливаются на анализе конкретных произведений архитектуры, изобразительного, садово-паркового и декоративно-прикладного искусства.

Также нами была разработана оригинальная интерактивная форма проведения занятий «Репортаж с места событий». Можно сказать, что это разновидность урока-экскурсии. Здесь студенты выступают в роли «корреспондентов», путешествующих во времени. Они комментируют историю создания конкретного произведения, создавая эффект присутствия на месте событий. На подготовительном этапе очень важно грамотно «выстроить» маршрут «экскурсии во времени» и визуальную презентацию. Это совместная кропотливая работа студента и педагога.

Можно сделать вывод о том, что применение интерактивных форм в обучении студентов-дизайнеров на сегодняшний день чрезвычайно актуально и плодотворно.

Библиографический список:

1. Решетникова Т. М. Возможности использования в обучении студентов-дизайнеров активных и интерактивных форм проведения занятий // Проблемы проектирования и реализации компетентностно-ориентированных образовательных программ нового поколения в условиях вуза культуры и искусств: материалы X науч.-метод. конф., 9 февр. 2010 г., г. Улан-Удэ: в 2 ч. – Улан-Удэ, ИПК ВСГАКИ, 2010. – Ч. 1. – С. 94-98.
2. Решетникова Т. М. Ролевая ситуационная игра как действенная интерактивная форма обучения студентов-дизайнеров // Интерактивная среда образования : материалы XIII науч.-метод. конф., апрель 2013 г., г. Улан-Удэ. – Улан-Удэ, Изд.-полигр. комплекс ВПО ВСГАКИ, 2013. – С. 55-57.
3. Ткачев В. Н. Архитектурный дизайн: функциональные и художественные основы проектирования: учеб. пособие. – М.: Архитектура, 2008. – 352 с.

Родителева-Уайбэ М.,
профессор кафедры музыки
Центрального Вашингтонского Университета
(Элленсбург, штат Вашингтон, США)

ДИЗАЙНЕР, ХУДОЖНИК-СТЕКЛОВАР ДЭЙЛ ЧИХУЛИ И ИЛЛЮЗОРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Постмодернистское искусство дизайна всё чаще выходит за пределы музеев, выставочных залов, галерей и сливается с окружающей средой, изменяя городской ландшафт. Уникальный облик _иэтла, расположенного на северо-западе штата Вашингтон (Washington), и прилегающих к нему городов во многом обязан Дэйлу Патрику Чихули (Dale Patrick Chihuly) – американскому художнику-стеклодуву, скульптору и дизайнеру словацкого происхождения. Яркие творения Чихули с их буйством красок преобразили пасмурный и дождливый _иэтл (Seattle). Всё, созданное им, настолько необыкновенно, что кажется, будто художник пробудил к жизни иную – иллюзорную – реальность, где всё так хрупко, изящно и сказочно.

_иэтл для Северной Америки, подобно Венеции для Европы, считается центром стеклодувного искусства. Здесь творят ведущие художники и дизайнеры стекла, работающие в разных стилях. Дэйл Чихули избрал своим направлением *энвайронмент* (от английского *environment* – окружающая среда) – одну из форм современного авангардного искусства. Его инсталляции украшают коллекции более 200 музеев мира, включая Лувр. Он получил множество наград, был удостоен двух стипендий от Национального фонда искусств и имеет две докторские степени. Чихули представляет новый тип художника, в котором сочетаются творческий порыв и доскональное знание новейших дизайнерских технологий и инженерного мастерства, организаторский талант и искусство предпринимателя.

Формирование Чихули как художника пришлось на 1960-1970-е годы, когда в искусстве США и Западной Европы возникла концепция *энвайронмента*. Эти годы стали эпохой социальных потрясений в истории

Америки. Убийство братьев Кеннеди и Мартина Лютера Кинга, война во Вьетнаме и много других событий вызвали бурю студенческих волнений и антивоенных забастовок. Организатором таких забастовок был и Дэйл Чихули. Именно тогда определились его социальная позиция и творческая эстетика:

- философия коммуны, приведшая художника к идее работы в «команде»;

- позиция активиста в борьбе за мир, сублимированная в украшение среды обитания, несущее праздничное настроение;

- отрицание устоявшихся канонов и стереотипов;

- выход искусства в реальное пространство и слияние искусства с окружающей средой;

- взаимодополнение утилитарно-функциональных (украшение городской среды обитания) и эстетических (создание ненатуралистических арт-объектов) целей;

- создание экспозиционных концепций, в противоположность экспонированию отдельных произведений искусства;

- концептуальный монументализм;

- создание инсталляций как самоценных символических декораций под определёнными названиями;

- преодоление технических ограничений с использованием хрупкого материала и совершение технологической революции;

- вовлечение посетителя: пришедший оказывается внутри объекта искусства и становится его «соучастником»; посетитель также имеет возможность наблюдать творческий процесс стеклоделания.

В результате травм, полученных им ещё в 1970-е годы (потеря глаза, тяжёлые травмы плеча и ноги), Чихули утратил возможность выдувать стекло сам. Это не только не сломило художника, но и открыло в нём новый талант – талант предпринимателя, чьё состояние оценивается сегодня почти в 30 миллионов долларов. Проявив кипучую энергию, он создал легендарную

«Команду Чихули», куда вошли стеклодувы, эксперты по цвету, техники, упаковщики и транспортировщики, инсталляторы, лаборанты по пластмассовым материалам, архитекторы, дизайнеры по свету, строители, эксперты по фото и видео съемкам, интернет-дизайнеры, бизнес-консультанты, специалисты по связям с общественностью и издательство Portland Press. Невозможность непосредственного участия в процессе создания стеклянных скульптур дала неожиданный эффект: Чихули смог посмотреть на свою работу со стороны, как *«хореограф нежели танцор, в большей степени наблюдатель, чем участник, более режиссёр, чем актёр»* (Д. Чихули).

Многообразные источники вдохновения Чихули – океан, сады, икебана, Венеция, искусство индейцев Америки, Древняя Греция, средневековая Персия, Византия, арт нуво, сюрреализм – вылились в создание его всемирно знаменитых коллекций.

При всём стилевом многообразии дизайнерского искусства Чихули, уникальной чертой его творческого почерка художника является его отношение к материалу. *«Стекло очень прозрачное и в то же время трудное для понимания. Оно возникает из песка, огня и человеческого дыхания – это самые дешевые материалы, но также и самые магические.»* (Д. Чихули.) И Чихули творит эту магию, совершая по сути технологическую революцию и демонстрируя невиданные доселе техники выдувания стекла.

Ещё в начале 1960-х годов, изучая текстильное дело, он воодушевляется идеей соткать самый неподходящий для этой цели материал – стекло и создаёт серию «Сотканное стекло».

Детские впечатления Чихули от индейских корзин выливаются в серию 1977 года «Корзины», в оседающей асимметрии которых он подражает сплюсцивающимся плетёным оригиналам.



Рис. 1

Серия 1980 года «Морские формы» завораживает мягкой текучестью форм и плавностью упруго-гибких линий, заставляя зрителей забыть, что перед нами твёрдое и хрупкое стекло, а не живые организмы. Чихули создаёт целый подводный мир, чарующий причудливостью форм и неземной прелестью красок.



Рис.2

Явленные миру в 1986 году экзотические «Персы» – яркие сосуды необычных форм, представляют экспериментальную линию дизайна, демонстрирующую новаторскую стеклодувную технику.

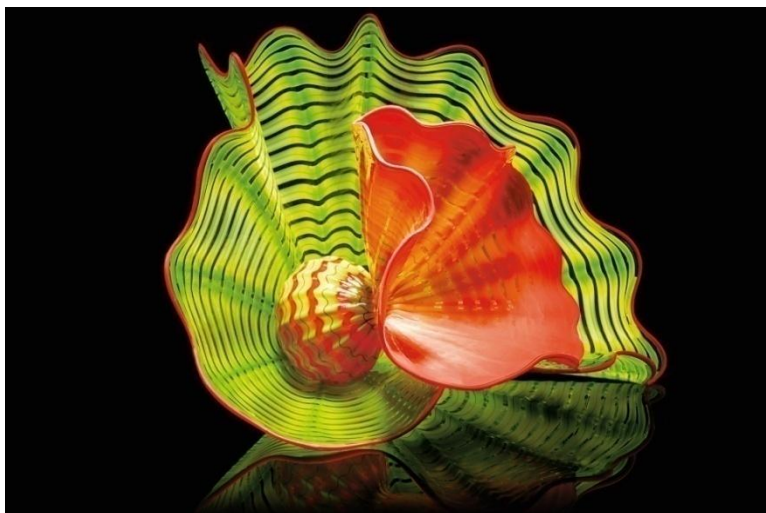


Рис.3

Персидская коллекция получила настолько горячий приём зрителей, что воодушевила Чихули на продолжение персидской темы в жанре архитектурного дизайна, подобных «Персидским потолкам».

Опыт работы Чихули на заводе стекла в Венеции воплотился впоследствии в его «Венецианцах» 1988 года, своего рода импровизации на темы итальянского арт деко как в миниатюрных решениях, так и в масштабном архитектурном дизайне.

Всемирную славу принесли Чихули в 1992 году его знаменитые «Люстры» – тонны сверкающих стеклянных шаров, трубочек, спиралей, сталактитов, игл. Кажется, что художнику удалось невозможное – навсегда остановить ослепительные водяные каскады.

Начиная с 2012 года, _изтл уже немислим без знаменитого «Стеклянного сада» Чихули. «Сад» представляет новую форму искусства, в которой синтез стеклянных абстрактных скульптур и садового дизайна настолько органичен, что стирается грань между рукотворным и природным. Кажется, будто фантастические цветы и растения самым естественным образом вырастают рядом с живыми. *«Я хочу, чтобы мои работы воспринимали как творения природы, а при взгляде на них, казалось бы, что эти цветы выросли здесь сами»*(Д.Чихули). Прообразом иллюзорных садов Чихули стал сад его матери в Такоме.

Несмотря на высокие цены шедевров Чихули, выставленных в дорогих художественных галереях и музеях, наслаждение его искусством доступно каждому, поскольку по воле художника оно вышло за пределы замкнутого пространства и стало неотъемлемой частью городских и природных ландшафтов мира. В одном лишь штате Вашингтон находится множество дизайнерских шедевров Чихули:

- В дар своему родному городу Такоме (Tacoma) всемирно прославленный мастер создал «Мост стекла» как продолжение венецианской темы.

Он щедро украсил интерьер городского суда Такомы, расположенного в здании бывшего железнодорожного вокзала.

Отправляясь в знаменитый концертный зал _иэтла – Бенароя Холл (Benaroya Hall), – люди предвкушают наслаждение не только музыкой, но и созерцанием его достопримечательности – симметричной пары трехтонных люстр размером более трёх метров в ширину и четырёх с половиной метров в высоту. Неисчислимо множество деталей причудливых форм, выполненных из белого прозрачного стекла с вкраплениями сусального золота, крепятся к стальной арматуре и освещаются извне.

Мировая достопримечательность _иэтла – Космическая Игла (Space Needle) – приобрела ещё более фантастический вид благодаря своему соседству с монументальными инсталляциями, подобными неземным формам жизни.

Органической частью природы воспринимается «Ледяной каскад» Чихули, вписанный им в сказочно красивый ландшафт горного курорта «Спящая леди» (Sleeping Lady), также находящегося в штате Вашингтон. Словно на радость изумлённым зрителям, бьющий из скалы каскад вдруг кристаллизовался и навеки замер в своём ослепительном великолепии, переливаясь всеми цветами солнечного спектра.

СПЕЦИФИКА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧНОЙ ВИЗУАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЫ

Постоянное усложнение антропогенной среды обитания подвергает человека воздействию стрессовых факторов, оказывающих влияние на все органы чувств. Как известно, «насколько органично человек формирует окружающий его предметный мир, настолько органично данный мир сам воздействует на человека» [1, с. 165]. В связи с этим внимание к вопросам экологического характера становится закономерной ступенью развития дизайна как профессиональной деятельности, напрямую связанной с преобразованием окружающего пространства. Как реакция на загрязнение окружающей среды и истощение природных ресурсов развивается экологичный средовой дизайн и архитектура, дизайн экологичной мебели и одежды, т. е. проектирование предметно-пространственной среды.

Кроме того, в связи с резким скачком развития технологий (как интернет-технологий, так и технологий печатного воспроизводства), а также благодаря повышению общей информатизации общества, в настоящее время активизируется воздействие на человека визуально-коммуникативной среды, представленной совокупностью всех способов визуального взаимодействия между человеком и окружающим пространством посредством носителей графической информации. К ним относятся как материальные носители визуальной информации, формирующие облик окружающей среды (плакаты, буклеты, навигационные знаки и т. д.), так и виртуальные (сайты, лендинги, интерфейсы мобильных приложений и т. д.). Необходимость их соответствия психофизическим возможностям человека выводит на передний план понятие экологии визуальных коммуникаций как научного направления, связанного с изучением взаимодействия человека с

современными носителями графической информации. При этом каждый объект графического дизайна может быть рассмотрен на предмет своей экологичности с нескольких сторон:

1. Смысловая

По словам Соболева А. В., «в современном обществе визуальные коммуникации становятся сферой не только функционального проектирования, но и способом смыслового конструирования, игрой со смыслом» [2, с. 74-75]. Подразумевается, что экологичный графический дизайн — это дизайн, формирующий определенное смысловое сообщение, которое отвечает принципу честности, не противоречит моральным и нравственным нормам, принятым в обществе.

2. Визуальная

То пространство, в котором существует человек, формируется во многом теми визуальными образами, с которыми ему приходится сталкиваться. Графическое загрязнение негативно сказывается на здоровье человека, поэтому его преодоление – такая же важная задача современного графического дизайна, как и формирование этичных информационных сообщений. Одна и та же информация, по разному представленная визуально, может производить совершенно различное впечатление на человека: может упростить или усложнить коммуникацию, может оказывать влияние на настроение, вводить человека в состояние гармонии и спокойствия или стресса независимо от смысла.

3. Технологическая

По словам Д. Бермана, «выживание все больше зависит от технологии и все меньше от природных условий» [3, с. 43]. Тем не менее, сохранение природных условий — одна из главных задач, стоящих перед современными технологиями. Ухудшение экологии окружающей среды предопределяет использование экологичных материалов и технологий в различных сферах производства, в частности, при проектировании носителей графического

дизайна. Это подразумевает использование экологических красок, эcobумаги, уменьшение расхода материала при создании дизайн-макета и пр.

4. Пространственная

Несмотря на то, что любой объект графического дизайна является самоценным произведением, он неотрывно связан с окружающей средой и тем визуальным контекстом, в который помещен, является элементом общей системы и должен гармонично сосуществовать с окружающим пространством. Так, например, чрезмерное наполнение окружающего пространства визуальными образами негативно сказывается на психическом и физическом здоровье человека, что должно учитываться при размещении носителей визуальной информации в среде.

Таким образом, проектирование экологичной визуально-коммуникативной среды — это сложный и многоступенчатый процесс, затрагивающий все уровни работы над производением графического дизайна от идеи и до размещения.

Библиографический список:

1. Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники: учеб. пособие. Изд-е в 2 кн.. Кн. 2. — М.: Архитектура-С, 2007. — 432 с.
2. Соболев А. В. Особенности социальной ответственности и этики в области дизайна визуальных коммуникаций // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. — 2011. — № 3. — С. 73-75.
3. Берман Д. Do Good Design: как дизайнеры могут изменить мир. — СПб: Символ-Плюс, 2011.— 208 с.

Сидякина И. Н.,
студентка ИДПС СПбГУПТД
Москалюк О.А.,
старший преподаватель. СПбГУПТД
канд. технических наук
(Санкт-Петербург, РФ)

ФЛОКИРОВАННОЕ НАПОЛЬНОЕ ПОКРЫТИЕ: СТРУКТУРА, СВОЙСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Современный рынок напольных материалов поражает невероятным количеством представленного ассортимента. В наше время никого уже не удивит богатым разнообразием оттенков, фактур и форм. Однако с течением времени и усовершенствованием технологий повышаются и требования к свойствам напольных покрытий. Запросы потребителей в основном сводятся к повышенному уровню экологичности, износостойкости, долговечности. Кроме того, немаловажными свойствами остаются влагостойкость, тепло- и звукоизоляция, а также дизайн.

На данное время одним из самых прогрессивных и перспективных напольных покрытий является флокированное.

Целью данной работы было исследование особенностей структуры и свойств флокированного напольного покрытия, на основе сравнительного анализа популярных напольных покрытий – выяснение, обладает ли флокированное напольное покрытие наилучшими эксплуатационными характеристиками, и оценка перспектив его использования.

Объектами исследования в данной работе были выбраны: ламинат, паркет, массивная доска, пробковый пол, ковролин и флокированное покрытие.

В ходе исследования была изучена технология производства флокированного покрытия. Она заключается в напылении в электростатическом поле ворса на основу, покрытую водно-дисперсионным клеевым составом, при этом образуется крайне прочная связь ворса с основой [1]. Ворс изготавливается из различных синтетических (нейлон,

полиамид) и натуральных (вискоза) волокон, что позволяет обеспечить не только равномерное распределение по основе, но и высокую прочность и отсутствие склонности к накоплению пыли (рис. 1).

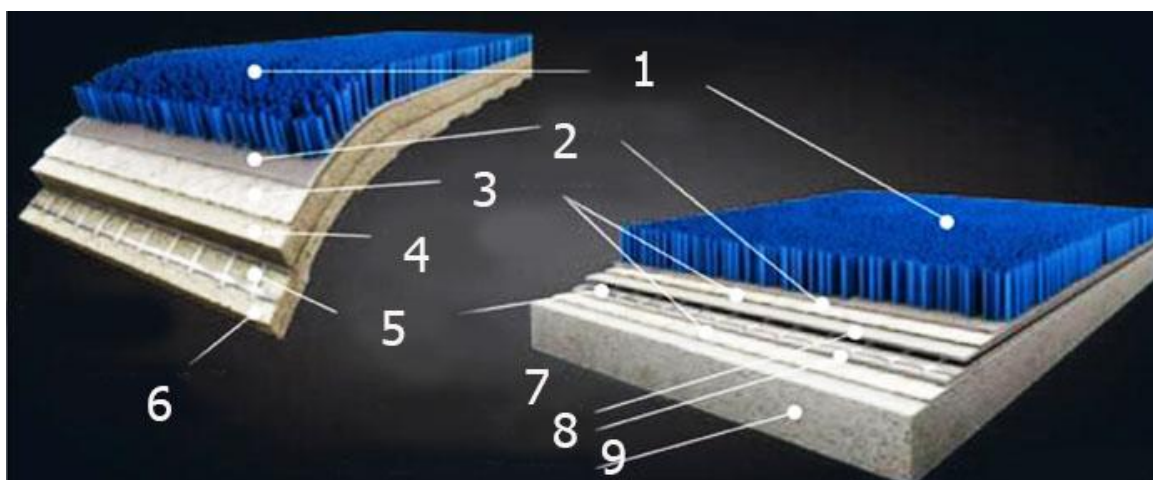


Рис. 1 Структура флокированного напольного покрытия.

1-Нейлон 6,6; 2-клей для флоков; 3-нетканое стекловолокно; 4-непроницаемая ПВХ подложка №1; 5-сетка из стекловолокна для усиления; 6-непроницаемая ПВХ подложка №2; 7-компактный ПВХ слой №1; 8-компактный ПВХ слой №2; 9-переработанная ПВХ подложка.

Одним из преимуществ флокированного напольного покрытия является также неповторимый дизайн. С помощью современных технологий можно нанести не только любой желаемый 2D или 3D рисунок, но и произвести флокированное покрытие с имитацией ценных пород дерева (рис. 2).



Рис. 2 Варианты дизайна флокированного напольного покрытия.

В результате проведенного исследования было установлено, что флокированное покрытие сочетает в себе лучшие качества современных напольных покрытий – мягкость и комфорт ковровина, практичность и водонепроницаемость линолеума, обладая при этом необходимым уровнем тепло-, звукоизоляции и экологической чистоты. Такое покрытие может

применяться для отделки полов в офисах, игровых комплексах, гостиницах, торговых помещениях, детских, учебных и медицинских учреждениях, развлекательных центрах, театрах, кинотеатрах и тренажерных залах.

Библиографический список:

1. ООО Статус. Флокированные покрытия [Электронный ресурс] / ООО Статус. – Электрон. текстовые дан. – Про-полы.рф 2016.– Режим доступа: <http://pro-poly.ru/articles/flokovyye-pokrytiya/109090/>, свободный.
2. Forbo Flooring B.V. flotex®.Bionic flooring performance [Электронный ресурс] / flotex®. – Электрон. текстовые дан. – Форбо Флоринг. Ленинская Слобода 19, офис 529 ,115280 Москва 2014.– Режим доступа: <http://www.forbo.com/flooring/ru-ru/produkty/flokirovannoe-kovrovoye-pokrytie-flotex/crcsvo>, свободный.

УДК 76.026

Слюсаренко И. И.,
стажер-дизайнер ООО «иННов дизайн»
(Нижний Новгород, РФ)

**МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ «ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ» 3D-ПЕЧАТИ
В РОССИИ НА ОСНОВЕ ЛИЧНОГО ОПЫТА**

«3D-печать или «аддитивное производство» – процесс создания цельных трехмерных объектов практически любой геометрической формы на основе цифровой модели. 3D-печать основана на концепции построения объекта последовательно наносимыми слоями, отображающими контуры модели. Фактически 3D-печать является полной противоположностью таких традиционных методов механического производства и обработки, как фрезеровка или резка, где формирование облика изделия происходит за счет удаления лишнего материала «субтрактивное производство» (URL: http://3dtoday.ru/wiki/3D_print_technology/#.D0.A2.D0.B5.D1.85.D0.BD.D0.BE.D0.BB.D0.BE.D0.B3.D0.B8.D1.8F1).

На сегодня применение технологий 3D-печати становится все популярнее. Появляется большое количество трехмерных принтеров, ориентированных не только на промышленное использование, но и на «любительское». «Любительскую» 3D-печать применяют при мелкосерийном и поштучном производстве, создании прототипов, макетов,

деталей, мастер-моделей, протезов, имплантатов и т.д. Такое использование значительно упрощает и удешевляет производство.

Несмотря на то, что упрощенных 3D-принтеров, для «любителей» становится все больше, существует ряд проблем, возникающих при использовании такого принтера. Проблемы могут быть связаны с поломкой 3D-принтера, отсутствием необходимых деталей, с используемым материалом, настройкой слайсера, калибровкой 3D-принтера, наличием различных дефектов при 3D-печати и т.д. Каждая из этих проблем требует своего подхода и способа решения. При этом нередко получается так, что проблему приходится решать самостоятельно, в связи с отсутствием опытного специалиста поблизости.

Все эти проблемы можно решить, несмотря на их сложность. Одним из способов решения подобных проблем является поиск специалиста по работе с 3D-оборудованием. Чаще всего его можно найти через Интернет-ресурс. Сложность заключается в том, что сам специалист и «любитель» могут находиться в разных городах и, в большинстве случаев, помочь бывает трудно. Несмотря на это, возникшую с 3D-принтером проблему возможно решить самостоятельно, следуя указаниям специалиста или найдя схожую проблему на таких источниках в Интернете, как форумы, статьи, специализированные сайты и т.д. В случае, если специалиста найти все же не удалось, то это не должно быть поводом для беспокойства, так как, на основе собственного опыта, я могу сделать вывод, что все возникшие проблемы возможно решить самостоятельно.

При проблеме, связанной с поломкой 3D-принтера, отказе что-либо печатать, в отсутствии желания и возможности отправлять свой принтер в другое место для ремонта, есть ряд возможных решений. Для начала необходимо понять, в чем все же заключается поломка, и исходя из этого искать способ решения. Возможно это будет проблема с электроникой, отсутствие какого-либо контакта, необходимость замены детали или проблема с самой используемой программой для печати. Поняв проблему,

можно найти способ решения. Также, к поломке 3D-принтера, можно добавить такие проблемы как недостаточный нагрев стола или экструдера, сильный нагрев экструдера без задания определенной команды, отсутствие движения после указания команды и т.д. Чаще всего все эти проблемы связаны с электроникой.

При 3D-печати могут возникнуть и проблемы с используемым материалом. Материал может быть низкого качества, в связи с чем на изделия могут появиться различные дефекты. Для «любительской» 3D-печати чаще всего применяют такие технологии, как метод послойного наплавления (FDM) и стереолитографию (SLA). Материалом для SLA принтера является фотополимер. Проблема с этим материалом может возникнуть при неправильном хранении или истечении срока годности. Дополнительным материалом для этого типа печати является прозрачный силикон, благодаря которому отсутствует адгезия при печати. При неправильном выборе или приготовлении силикона могут возникнуть проблемы с печатью. Материалом для FDM принтера являются такие пластики, как ABS, PLA, PVA, HIPS, Nylon и др. Проблемы при печати возникают не только из-за качества самого материала, но и из-за неверного сочетания пластиков, когда печать осуществляется двумя экструдерами (например, сочетание пластиков ABS и PVA).

Нередко в процессе 3D-печати на самом изделии появляются такие дефекты, как щели между слоями, загибающиеся края, натеки, перекося и др. Также могут возникнуть проблемы с прилипанием распечатки к платформе, засорением экструдера, калибровкой стола и экструдера и т.д. Понимая, в чем заключается проблема, можно найти и метод решения, выполнив несколько тестовых печатей с различными настройками, чтобы найти желаемый результат. Тестовые печати могут быть ориентированы на нахождение нужной температуры, скорости, количества выдавливаемого пластика и т.д. Меняя различные параметры в слайсере и добавляя определенные команды в G-код (например, с помощью команды M104

изменяется температура экструдера), можно добиться нужного результата. Также, выполняя тестовые печати, можно найти определенные закономерности и зависимости (например, чтобы увеличить скорость печати в два раза, нужно увеличить диаметр сопла примерно в 1.4 раза). Для проблемы прилипания распечатки к платформе, существуют такие способы решения, как нагрев стола до достаточно высокой температуры, шероховатость поверхности стола, смазывание платформы различными жидкостями и т.д.

Таким образом, несмотря на то, что есть проблемы в области «любительской» 3D-печати, которые нередко приходится решать собственными силами, подобная печать имеет место быть, при этом не стоит опасаться перечисленных технических трудностей.

УДК 659.1

Таркус Е. А.,
режиссер мультимедиа
(Санкт-Петербург, РФ)

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИАДИЗАЙН ИНТЕРАКТИВНОЙ НАРРАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ

Стремительное развитие информационных технологий существенным образом изменило восприятие современного общества, став причиной высокой инфляции внимания, и, как следствие, резко понизило эффективность традиционных форм рекламы. Это повлекло за собой появление новых рекламных каналов и нестандартных методов подачи рекламного сообщения.

Для преодоления выросших барьеров у рекламы появилось два возможных пути развития: она вынуждена или скрываться, уходя от прямых сообщений к скрытым, мимикрируя под разнообразные способы коммуникации, или развлекать, становясь объектом потребления.

Появившееся сравнительно недавно понятие «интерактивная нарративная реклама» уже успело укорениться в сознании современных

рекламодателей как один из самых действенных способов создания рекламной коммуникации.

Теперь, чтобы стать наиболее эффективным, рекламное сообщение должно не только информировать потребителя, но и вовлекать его во взаимодействие с рекламным контентом, давая пользователю возможность непосредственного участия в формировании своей сюжетной линии или в создании собственного нарратива.

В течение последнего десятилетия на рекламном рынке появилось множество примеров нарративной интерактивной рекламы разных форм и каналов воздействия. Но наиболее яркие из них используют как основную платформу Интернет.

Специфика разработки рекламных веб-приложений тесным образом связана с понятием медиадизайна, который представляет собой систему, способную гармонично объединять структуру, функциональность и контент таким образом, чтобы создать эстетически совершенный, образный (т. е. соответствие формы содержанию) и открытый (т. е. приспособленный для интерпретаций в процессе восприятия) мультимедийный продукт.

Несмотря на то, что тенденции современного дизайна стремятся к минималистичности и максимальной простоте, первостепенная задача рекламного ресурса – выделиться из общей массы многоликого интернет пространства. А затем, наладив связь с аудиторией, закрепить успех коммуникации. На помощь в этом непростом деле приходит эмоциональный дизайн. Опираясь на психологию и творческий подход, он призван не оставить пользователя равнодушным и подарить ему новые впечатления.

В 50-60 годы XX века американский психолог Абрахам Маслоу сформулировал идею базовых потребностей человека и представил ее в виде пирамиды. В двадцать первом веке Аарон Уолтер переложил эту теорию, структурируя потребности пользователя при проектировании дизайна, и получил следующие картину. В основе медиадизайна лежит

функциональность, надежность, удобство в использовании (юзабилити) и как наивысшая ступень - доставление удовольствия.

Эмоционально окрашенный опыт гораздо дольше хранится в памяти и вспоминается более детализировано, что несомненно повлияет на лояльность потребителя.

Чтобы построить эмоциональную связь с пользователем, мультимедийная реклама должна демонстрировать индивидуальность, контрастируя как в визуальном (форма, цвет, шрифт и т.д.), так и когнитивном смыслах (разница воспоминаний или впечатлений).

Использование идей эмоционального дизайна превращает обычных пользователей в сторонников, желающих поделиться своими впечатлениями со всем окружающим миром.

В виде примера подобного явления можно выделить проект *«Хорошие истории хорошо хранятся»* от Land Rover, созданный с помощью локативного нарратива. Сайт кампании - интерактивная карта мира, прорисованная в стиле снимка со спутника в лаконичной гамме, что, в сочетании с нестандартным шрифтовым решением, делает дизайн уникальным. Каждый пин на карте – небольшая история от водителя Land Rover, который рассказывает о своих испытаниях в дороге. Используя удобный фильтр, пользователи могут выбирать интересующие их истории, это помогает создать максимально реалистичный рекламный образ бренда.

Сегодня для создания максимальной вовлеченности в рекламную коммуникацию разработчики пытаются задействовать не только стандартные средства мультимедиа, но и дополнительные сенсорные каналы. Пример использования тактильного взаимодействия можно в полной мере ощутить в веб-приложении *«Sortie en Mer»* (*«Выход в море»*) компании Guy Cotton. Это видеоигра, симулятор, который позволяет от первого лица прочувствовать, что происходит с человеком, который оказывается за бортом в море без необходимой экипировки. Пользователю предлагается помочь утопающему, вращая колесико мышки. Развитие видеосюжета полностью зависит от

скорости, с которой пользователь прокручивает скролл. В момент, когда начинает неметь палец или устает рука, на экране появляются окоченевшие от холодной воды руки, что еще больше эмоционально погружает игрока во взаимодействие. Еще через какое-то время мимо проплывает водолаз, дарящий надежду на спасение, но это всего лишь иллюзия. Однако спастись утопающему так и не удастся. Таким печальным финалом, компания призывает всегда надевать спасательные жилеты. Пережитый эмоциональный опыт настолько силен, что вызывает желание поделиться им с другими пользователями, чтобы узнать, удалось ли кому-нибудь спастись. Именно поэтому проект имел огромный вирусный эффект.

Графическая новелла от автомобильного бренда Peugeot, рекламирующая движок *Hybrid4*, пример интерактивного линейного нарратива, развивающегося в виде статичных рисунков и фонового звукового сопровождения, создающего эффект полного погружения в происходящую историю. Изображения меняются при помощи эффекта скроллинга-параллакса и рассказывают детективную историю о девушке-шпионке, действия которой – своеобразная метафора поведения автомобильного движка, находящего в определенном режиме – автоматическом, спортивном, полноприводном или бесшумном. Метафоры поддерживаются шумами и звуком и созданы настолько точно, что у любого водителя, никогда не водившего автомобиль с использованием подобных режимов, создается полное ощущение того, как ведет себя машина во время применения каждого из них. Качественная графика, прорисованная в стилистике комиксов, формирует определенное эмоционально-образное восприятие данного проекта.

Для достижения максимального погружения пользователя в рекламный контент авторы цифровой рекламы часто прибегают к использованию различных иммерсивных технологий, таких как видео 360°, фотопанорама или дополненная реальность, что позволяет пользователю по-новому ощутить пространство, погрузившись в него. Одним из ярких примеров использования подобных выразительных средств является проект «*Mercedes*

GLA: Мятёжный. Просит бури.» Это интерактивная линейная история, рассказанная в нестандартной форме с использованием всевозможных графических форматов, втягивающих пользователя во взаимодействие. Сюжетная линия основана на последствиях амнезии главного героя - потребитель должен понять, что случилось, и кто все эти люди. Дизайн максимально прост, но структура подачи контента настолько нетипична и так цепляет воображение, что не прокрутить скролл до конца просто невозможно. При просмотре каждого последующего эпизода эффект погруженности усиливается, что помогает сделать картину восприятия более полной и насыщенной.

Интерактивные технологии с использованием нарратива и применение техник эмоционального медиадизайна значительно расширили диапазон существующих механизмов рекламного творчества и усилили степень воздействия рекламного сообщения на современного потребителя.

Библиографический список:

1. Аарон Уолтер. Эмоциональный веб-дизайн. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 160 с.
2. Попов, А.В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй под. ред. С.Н. Хромова-Борисова]. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. — 320 с.

УДК 7.091.07

Тоголукова Е.Н.,
главный редактор УВРС СПбГУПТД,
PR-директор Международного конкурса "Адмиралтейская игла",
руководитель Городского студенческого пресс-центра
(Санкт- Петербург, РФ)

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В МОЛОДЕЖНЫХ СМИ

Сегодня современные медиатехнологии играют все большую роль в молодежных СМИ. Большую роль в развитии медиатехнологий играет процесс дигитализации всех форматов информационных материалов: текстов, фотографий, векторных и растровых изображений, видео-форматов

и аудиозаписей. Дигитализация позволяет содержанию легко «транспортироваться» по любому каналу электронной коммуникации.

В петербургских вузах, колледжах, домах молодежи и подростковых центрах на сегодняшний день выходит около сотни газет и журналов. Создателями таких СМИ являются студенты. Именно студенты наиболее активные пользователи современных медиатехнологий, применяемых посредством гаджетов и мобильных персональных компьютеров. Массовый переход СМИ в сеть Интернет начался около десяти лет назад. Современные информационные технологии значительно расширили возможности для создателей СМИ за последние годы. Изначально электронные версии различных СМИ существовали и развивались в виде веб-сайтов изданий, а также публикации PDF-версии на веб-сайтах. С 2009 года с развитием в социальных сетей и их возможностей для публикации сложноструктурных СМИ в пабликах — тематических группах и публичных страницах, большинство существующих изданий начали появляться на страницах соцсетей. Сегодня почти все федеральные, городские, районные и корпоративные СМИ имеют публичные страницы в соцсетях. Молодежные СМИ, которые являются корпоративными изданиями учебных заведений, также активно занимают особое место в пространстве таких сетей. Процесс конвергенции в СМИ отражается особенно активно в молодежных СМИ. (Конвергенция - процесс перевода содержания в цифровую форму). Различные форматы сегодняшних информационных технологий позволяют читателям и подписчикам таких газет и журналов получать не только текстовую информацию, фотографии, плоские изображения, но также просматривать видео и прослушивать аудиозаписи. Современные технологии позволяют также читателям самим становиться участниками тех или иных событий, описываемых в СМИ посредством участия в тематических опросах, обсуждениях в разделах «комментарии». Также читатели могут выкладывать свои фотографии и тексты под новостными сообщениями, отмечать понравившиеся новости, изображения и делиться ими с другими

пользователями социальных сетей. Также есть возможность рассылать любую опубликованную новость сразу нескольким пользователям, анонсировать на аудиторию нескольких тысяч пользователей. Это те новшества, которые общество получило с появлением и развитием информационных технологий, в частности социальных сетей.

Социальные сети позволяют создавать разные по функционалу страницы сообществ: группа, публичная страница, мероприятие. При создании публичной страницы в сети «ВКОНТАКТЕ» есть возможность выбрать ее тип, среди которых можно выбрать «веб-сайт СМИ». Именно такие страницы создаются для публикации информационных изданий в социальных сетях.

Благодаря развитию медиатехнологий, владельцы современных компьютеров, гаджетов могут в онлайн режиме получать все опубликованные новости из разных информационных источников. Для этого необходимо быть подписчиком публичных страниц различных СМИ. Чем на большее количество публичных страниц подписан пользователь, тем больше СМИ он может читать. Для чтения новостей в социальных сетях достаточно нажатия кнопки «Новости». При этом перед читателем открывается лента новостей в хронологическом временном порядке. Это дает возможность читателю быть в курсе всех событий и анализировать качество подготовки текстов новости в разных СМИ и качество работы редакций в целом. Все существующие социальные сети создали и в свободном доступе публикуют приложения к полным версиям своих веб-сайтов. Такие приложения созданы для всех информационных платформ существующих гаджетов. Эти приложения дают возможность в он-лайн режиме просматривать все новости пабликов СМИ, а также получать оповещения о новых опубликованных новостях в выбранных пользователем СМИ.

На сегодняшний день создано большое число социальных сетей, предназначенных специально для чтения новостей СМИ. Среди таких сетей: «Новости России», «Новости плюс», «Офис-новости» и многие другие.

Молодежные СМИ в традиционной печатной форме издаются достаточно небольшим тиражом, и в обществе называются «малотиражки». Корпоративные СМИ всегда издавались небольшим тиражом, при этом одна из их главных задач — донести свежую актуальную информацию до всех сотрудников, в вузах и колледжах — до студентов. Изучая вузовские СМИ, автор исследования сделал вывод, что число студентов в учебном заведении никак не связано с тиражом издаваемой газеты и журнала. Тираж студенческих СМИ чаще зависит от материальных возможностей учреждения. Процесс перехода печатных студенческих СМИ в соцсети в сети Интернет позволяет существенно сократить расходы на издание таких СМИ, расширить коммуникативное поле для читателей, оперативно получать обратную связь, мнения и комментарии по опубликованным новостям.

С точки зрения функционирования студенческих редакций, процесс дигитализации изданий дает много дополнительных возможностей для руководства вузов.

Воспитательная функция: сотрудники вуза могут в он-лайн режиме узнавать о самых актуальных событиях студенческой жизни, получать ответы студентов на острые вопросы и включать обучающихся в общественную жизнь вуза.

Образовательная функция: бескрайние просторы сети Интернет позволяют использовать платформу студенческих СМИ для оттачивания обучающимися журналистского мастерства, делиться фотографиями, иллюстрациями, разработками, рассказывать о своих успехах широкой аудитории, получать отзывы и мнения компетентных специалистов.

Социально-коммуникативная функция: студенты активно используют возможности сетей для личных коммуникаций, обмена информацией, новостями и мнениями.

Автором работы проведено исследование востребованности публичных страниц молодежных СМИ в социальных сетях. В ходе исследования опрошено 500 студентов, в чьих вузах издаются газеты и журналы только на

бумажном носителе, и 500 студентов, в чьих вузах созданы Интернет-паблики студенческих изданий в соцсетях. Среди опрашиваемых студентов 90 % знают о существовании в их вузе печатного СМИ. Но рассказать, о чем написано в свежих выпусках печатных изданий, смогли лишь 27 %. Из числа студентов, в чьих вузах созданы электронные версии газет, 78 % смогли рассказать свежие новости, опубликованные в пабликах. По итогам исследования сделаны следующие выводы: тиражи печатных СМИ слишком малы, чтобы охватить студенческую аудиторию образовательных учреждений; студенты активно используют свои гаджеты для получения свежей новостной информации, регулярно читают паблики газет своего вуза, также обсуждают эти новости, активно комментируют и пересылают сокурсникам и друзьям.

В целом, можно сделать выводы, что развитие медиатехнологий для издателей создает новые возможности совершенствования качества и способов доставки информации до потенциального читателя. Для читателя развитие медиатехнологий дает новые возможности получения и потребления информации.

Библиографический список:

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс. - 2-е изд., испр. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2009.
2. Бедулин Ю. И все-таки он влияет... / Исследование в СМИ ресурсов Интернет // Среда. – М., 2010. - № 12 (46).
3. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 383 с.
4. Костыгова Ю. Сетевые СМИ : занимательная типология / Ю. Костыгова // Мир Internet. - 2010. - № 4 (67).
5. Лукина М. СМИ в домене Ру : хроника, цифры и типы // Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика. - 2009. - № 6. - С. 63-73.
6. Макаров Р. Как получить прибыль от сетевого СМИ // Независимая газета. - 2009. - 14 февр.
7. Чадаев А. Иллюзии русского интернета : интернет-СМИ /
8. А. Чадаев // Русский Журнал. - 2010. - 10 апр.
9. Раус Д., Гаррет К. Ваш блог в Интернете. Как заработать миллион /- СПб. : БХВ-Петербург, 2009.
10. Ашманов И., Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах, Иванов А.. - СПб. : Питер, 2009.

11. Болушевский С.В., Баловсяк Н.В. Эффективный Интернет. Трюки и эффекты / С.В. Болушевский,. - СПб. : Питер, 2009.
12. Яковлев А.А. Раскрутка и продвижение сайтов : основы, секреты, трюки /- СПб. : БХВ-Петербург, 2009.
13. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов /- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 383с.

УДК 7 – 006

Томилова О.В.,
директор Мультивендорного центра
компьютерной графики ВШТЭ СПбГУПТД
(Санкт-Петербург, РФ)

СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНЕРА

Профессия дизайнера включает в себя такие сферы (специализации), как промышленный дизайн, автомобильный дизайн, дизайн архитектурной среды и интерьера, мебели, ландшафтный и городской дизайн, дизайн одежды и т.д. У дизайнеров широкое поле деятельности. Они могут работать: в рекламных агентствах, типографиях, издательствах, дизайн-бюро, в производственных компаниях, заниматься фрилансом и т.д. Высокая востребованность представителей этой профессии на рынке труда и высокий уровень заработной платы привлекают тысячи юношей и девушек, создавая тем самым конкурентную среду среди молодых специалистов.

Как не затеряться среди специалистов и уже состоявшихся в своей сфере профессионалов? Как заявить о себе? Как продемонстрировать высокий уровень сформированных за время обучения в вузе профессиональных компетенций?

Ответы на эти вопросы изложены в данной статье.

Одним из показателей навыков в профессиональной среде является наличие портфолио. Оно отражает творческую составляющую деятельности дизайнера (художественную, эстетическую), демонстрируется качество выполненных работ. Но в работах портфолио не принято указывать время, затраченное на выполнение, не указывается полный набор инструментов и

графических программ, с помощью которых был достигнут результат, не всегда представлено техническое задание и другие условия выполнения проекта. Поэтому портфолио не даёт полного представления о специалисте. Работодателю важен не только конечный результат качественно подготовленного дизайн-проекта, но и то, какими средствами и в какие сроки была выполнена работа.

Использование компьютерных средств в дизайне обусловлено в первую очередь экономией времени на разработку дизайн-проекта и быстротой продвижения продукта на рынке. Поэтому важно продемонстрировать работодателю не только эстетическую сторону деятельности, но и показать, насколько быстро и правильно используются компьютерные средства для решения профессиональных задач.

Для этих целей служит профессиональная сертификация. В нашей стране до недавнего времени профессиональная сертификация была очень слабо развита, в то время как в западной бизнес-практике она используется достаточно давно. В настоящее время происходят ключевые изменения в трудовом законодательстве, одно из таких изменений - это введение профессиональных стандартов (статьи 195.1, 195.2, 195.3 ТК РФ), которые вступили в силу 01.07.2016. Профессиональный стандарт – характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнение определённой трудовой функции. Профессиональные стандарты подразумевают непрерывное обучение в течение всей трудовой деятельности, подтверждением обучения являются сертификаты, дипломы, свидетельства. Существуют сертификаты для специалистов по кадрам, для менеджеров, для преподавателей, занимающихся подготовкой к экзаменам (к примеру, диплом Adobe Certified Associate Educator), IT-специалистов, для инженеров и специалистов в области дизайна, и это лишь небольшая часть списка. Некоторые сертификаты имеют ценность в отдельно взятом регионе, в отдельно взятой стране, другие имеют международное признание, как

например, сертификаты мировых лидеров в сфере производства программного обеспечения корпорации: Microsoft, Autodesk и Adobe. Сертификаты этих объединений признаны везде, где используется их программное обеспечение. Работодатели знают, что в случае приема на работу сертифицированного специалиста им не придется затрачивать время и средства на его обучение, он в короткие сроки и на высоком уровне сможет выполнить профессиональные задачи.

Для получения сертификата необходимо сдать экзамен. Ежегодно добровольно сдают экзамены тысячи профессионалов.

Рассмотрим причины, побуждающие специалистов затрачивать время, силы и нести финансовые затраты за подготовку и сдачу международного сертификационного экзамена:

1. *Подтверждение профессиональных компетенций* и признание сертификата во многих странах мира;
2. Желание развиваться в своей профессии;
3. *Конкурентные преимущества при приёме на работу и продвижении* по карьерной лестнице;
4. Подготовка к экзамену *позволяет систематизировать информацию, выявить и устранить пробелы в знаниях;*
5. Сертификация позволяет *присоединиться к профессиональному сообществу*, наличие данных в базе сертифицированных специалистов позволяет *привлечь потенциальных работодателей;*
6. Возможность использовать логотипы компании, демонстрировать сертификат в сети Интернет.

Международные сертификаты защищены электронной подписью и содержат идентификационный код, внесённый в международные реестры. Имеется возможность провести верификацию сертификатов: на сайте международной компании CERTIPORT (www.certiport.com), авторизованного партнёра программ сертификации в России и за рубежом, можно сверить сертификаты Microsoft, IC3, Adobe, CompTIA, Autodesk, HP ATA, QuickBook.

Рассмотрим причины, побуждающие работодателей принимать на работу сертифицированных специалистов и оплачивать сертификацию уже работающим профессионалам:

- Заинтересованность в максимальной отдаче инвестированных в программное обеспечение средств;
- Повышение конкурентоспособности компании;
- Расширение клиентской базы за счет международных компаний и выхода на мировой рынок;
- Проведение ежегодной аттестации инженерно-технических работников (ИТР) и оценки уровня профессиональной компетенции персонала;
- Упрощение процедуры оценки уровня навыков соискателя для кадровых служб предприятия.

Перейдём непосредственно к самому экзамену. Экзамены подразделены на начальный (User) и профессиональный (Professional) уровни. Экзамены начального уровня базируются в первую очередь на навыках владения программными средствами по направлению экзамена, но в них также включаются вопросы с задачами практического назначения, к примеру, при сдаче экзамена Autodesk Certified User: Inventor, при моделировании детали из листового материала задаётся чертёж детали с указанием параметров, экзаменуемому нужно смоделировать деталь в симуляторе программы, используя оптимальный набор инструментов. Экзамены профессионального уровня, сложнее, они сформированы с учётом опыта работы в профессиональной среде. В рекомендациях по сдаче сертификационного экзамена для профессионалов от компании Autodesk прописаны часы практической работы, необходимой для сдачи экзамена, к примеру, для сдачи экзамена Autodesk Certified Professional: Inventor – 400 часов работы в программе, помимо прохождения учебного курса. При прохождении экзамена аттестуемому предоставляется набор сценариев и рисунков. В сопутствующих вопросах предлагается выполнить определённые

задачи, а затем представить решения путём вставки полученных координат, результатов измерений или других данных в отведённое для ответа место. Некоторые вопросы связаны с указанием оптимального решения предложенной задачи. Компания Microsoft в качестве заданий включает: вёрстку меню, рекламных и аналитических буклетов и другие задания, включающие навыки практической деятельности. Студенты, сдавшие экзамен по офисным программам, затратят меньше времени на написание своего диплома и качественно его оформят.

В зависимости от направления подготовки и специализации, дизайнер выбирает траекторию подготовки и сертификации. Специалистам (бакалаврам) в области графического дизайна рекомендуется пройти сертификацию по программам Adobe Photoshop и Illustrator. Хорошие навыки работы в этих программах пригодятся дизайнерам любой специализации для вёрстки макетов и выполнения эскизов, набросков, зарисовок (sketch). Специалистам в области архитектуры и средового дизайна стоит освоить программы 3Ds MAX и Revit. Будущим профессионалам в автомобильном и промышленном дизайне стоит изучить программы Inventor и Fusion 360*. Дизайнерам по вёрстке сайтов стоит обратить своё внимание на программы Dreamweaver, Illustrator и Flash от корпорации Adobe. Аниматоры не пройдут мимо программы Maya.

Подготовиться к экзамену можно самостоятельно или пройти курсы в авторизованных учебных центрах. Сдаются экзамены в авторизованных сертификационных центрах.

Учащимся, учителям общеобразовательных учреждений, студентам колледжей и ВУЗов, а также преподавателям колледжей, вузов и специалистам различных уровней предоставляются скидки, воспользоваться этим правом можно только в академических авторизованных сертификационных центрах (Autodesk Authorized Certification Center), сдать экзамен и пройти обучение в центрах академических партнёров (Authorized Academic Partner, AAP).

Профессиональная сертификация помогает молодым дизайнерам войти в профессию (найти работодателя), а в дальнейшем обеспечивает профессиональный рост и развитие.

Библиографический список:

1. Официальный сайт Autodesk [Электронный ресурс] // Профессиональная сертификация. – Режим доступа: <http://www.autodesk.ru/training-and-certification/certification>.
2. Официальный сайт Adobe [Электронный ресурс] // Программа сертификации Adobe Certified Associate – Режим доступа: <http://www.adobe.com/ru/education/certification-programs.html>.
3. Официальный сайт Microsoft [Электронный ресурс] // Подготовка к получению специального образования и профессиональной деятельности - Режим доступа: <https://www.microsoft.com/ru-ru/learning/certification-benefits.aspx>.

УДК 7.049.1

Тришин В. А.,
ведущий научный сотрудник НОЦ "АПРИКТ"
Московского Государственного института культуры,
кандидат педагогических наук, профессор
(Москва, РФ)

ДИЗАЙН ЖИЗНИ. ДИЗАЙН СЦЕНЫ.

Материальный предмет - атрибут в дизайне жизни и сцены. Предмет является первым элементом познания ребенком жизни и в дальнейшем сопутствует жизни и смерти человека практически всегда. Мы не расстаемся с ним ни в быту, ни в искусстве, ни в наших новых «реальностях» - сценической жизни и смерти. Точнее, жизни после смерти. Оставим за скобками спор о правомочности жизни человека в том мире. В данном случае важнее другое – оценить значение предмета как атрибута, необходимого элемента и в нашей повседневной, так называемой бытовой реальности, и предмета как части эстетической и художественной среды.

Наверное, здесь нет сегодня строгой границы, и именно это представляет трудность для теоретического исследования сущности и содержания дизайна. Повседневная жизнь довольно рудиментарна, так как лишена своей перспективы, смыслового значения. Здесь предмет становится

практическим, функциональным фактором жизни, он ее не символизирует и не облагораживает. Совершенно иное значение приобретает тот же предмет, становясь зеркалом души. Например, обручальное кольцо является не только необходимым для жизни и смерти скрепом, но и символом благополучия семьи, крепости любви и долженствования пред своими ближними.

Другое значение приобретает брошь на груди женщины, перстень-кольцо на руке мужчины - здесь к повседневности жизни добавляется и сакральный смысл: ее скоротечность, значение для человека другого человека и желание дополнить практическое содержание красотой и художественностью. Однако со временем человек привыкает и к этим сакраментальным вещам. Они становятся частью его повседневной жизни, ее атрибутом, и лишь изредка напоминают о ее подлинном назначении.

По словам Н. Евреинова, человек по природе своей существо театральное, нуждающееся в некоем «приукрашивании» жизни – костюма, дома, мебели, собственно поведения и действий, в том числе, профессиональной деятельности, «внешность» жизни человека как бы зеркально отражает его внутренние духовные устремления. В том числе скрашивает такую долгую (или короткую) жизнь.

Так сакрально-эстетические потребности обращаются к предметам внешней среды, наделяя их новым содержанием и преломляя бытовое оформление в иное – художественное. Наделяя практическое значение предмета и среды новым смыслом, мы изменяем его привычную форму, независимо от того, делаем ли это сами или покупаем изделие у мастера-изготовителя. Постепенно это, во-первых, выделяется из синкретизма жизни, и, во-вторых, возвращается в нее, но уже в виде отдельной, законченной реальности. Таким образом, художественная реальность обретает самостоятельное звучание, хотя и остается частью нашего обихода – дизайном жизни.

Искусство внешнего оформления духовной жизни, в отличие от сценической жизни и деятельности, – это стремление не только благополучно

прожить жизнь, но и насытить ее красотой, облагородить, в том числе, материально-вещественной красотой. Так появляется целая отрасль внешнего (материального) сопровождения жизни, предметная атрибутика, дизайн жизни.

В отличие от дизайна в жизни, сценическое искусство – специально выделенное из жизни во «вторую реальность», тоже может обрести художественное содержание или стать продолжением эстетической атрибутики, то есть частью, дизайном жизни.

Тем не менее, в своем реальном значении сценическое искусство как бы заостряет вопрос о сакральности жизни и смерти, становясь зеркалом нашей духовности и напоминанием о конечности человеческого существования и скоротечности жизни.

У современной сценографии и дизайна много общего, но есть и различия.

Общим для всех предметов материальной среды является элемент условности, вне бытового характера и значения предмета. Топчан, как необходимый элемент жизни, выполняет чисто прагматическую функцию – место для сна и отдыха. Мягкая кровать решает дополнительные задачи комфортного отдыха, необходимого облагораживания, смягчения даже такой, сугубо практической, части жизни человека. А вот современный спальный уголок или узоры на металлической спинке кровати выполняют задачи эстетические (элемент условности). Это не только место для сна, но и предмет для украшения среды и повседневной реальности.

Так в современное убранство материальной среды (создание интерьера жизни) вносится элемент художественности.

Иное соотношение условного и бытового происходит в современной сценографии. Пространство сцены, условное уже само по себе, также предполагает существование в нем человека-актера, но материальная составляющая здесь с повышенным содержанием, с повышенной концентрацией духовного, смыслового начала жизни. Здесь возникает

элемент динамики смыслов, своеобразного смыслового движения пространства. Не случайно современная сценография включает в себя обязательное изменение всего пространства или деталей по ходу спектакля, – так называемая динамичная сценография или своеобразный дизайн сцены.

Наконец, своеобразный дизайн характерен и для могильного захоронения. Здесь соблюдена условность предметная и подчеркнута сакральность и конечность жизни. Однако в этом своеобразном «дизайне смерти» присутствует некая завершенность, статичность. Такое пространство не подразумевает существование в нем иного – другого человека (хотя это не отменяет посещения близкими и эпитафий). Здесь все три функции – прагматичная, художественная и духовная как бы слились воедино и обретают свой вечный смысл – духовный покой.

Подводя итоги наших размышлений о природе вещного предметного мира, можно сказать, что взаимодействие человека с окружением (предметной средой) наполняется исторически разным содержанием и отношением человека, в зависимости от функции объективной самого предмета и дополнительным субъективным отношением к нему человека.

Дизайн жизни – это некое пространство жизни, несущее эстетическое значение.

Сценография воссоздает материальную среду с подчеркиваем ее духовной константы.

И, наконец, дизайн смерти – это сакральное звучание жизни, выраженное в персональном образе – «портрете». Это, как бы подведение итога жизни и напоминание о ее назначении и конечности.

Туркина А.В.,
студентка ИГД СПбГУПТД,
Савельева А.С.,
доцент кафедры дизайна рекламы
ИГД СПбГУПТД
(Санкт-Петербург, РФ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКАНЕРА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА. МЕТОД «РИСОВАНИЕ ТРИКОТАЖЕМ»

Тема «Фотоформы в трикотаже», изучаемая в рамках дисциплины «Искусство фотографии», имеет широкие границы. Основная цель – поиск новых фотографических приемов, которые могут быть получены при съёмке трикотажного полотна. Важной составляющей являются базовые фотографические приемы и трикотажное полотно.

Один из проектов темы «Фотоформы в трикотаже», выполненный в институте графического дизайна в 2016 году, демонстрирует создание новых фотографических приемов при помощи сканера. Объектом для съемки являются чулочно-носочные изделия.

В рамках работы над проектом было проведено исследование особенностей трикотажного полотна и его основных характеристик, что позволило выявить широкие возможности материала. В данном проекте особое внимание было уделено таким свойствам трикотажного полотна, как *растяжимость и плотность* [1].

Чаще всего для съемок трикотажного полотна используются разнообразные фотокамеры (*Рис. 1*). В данном проекте был проведен эксперимент применения оргтехники для создания фотоизображений. В связи с этим в проекте был использован сканер (HP Deskjet Ink Advantage 2546). Он позволил напрямую выполнять преобразование изображений в цифровой формат. Его применение открыло совершенно новый подход к созданию фотоизображений трикотажного полотна. В данном проекте сканер позволил рассмотреть фактуру трикотажного полотна, его мельчайшие изгибы и все то, что может остаться незамеченным обычным взглядом. В

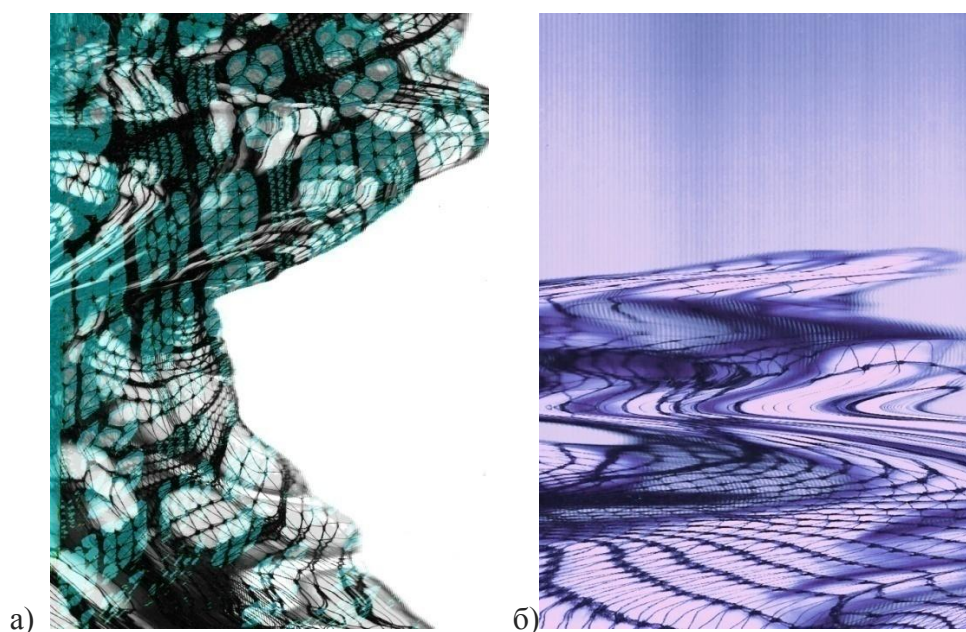
процессе работы был отмечен ряд интересных эффектов, которые получаются непосредственно в процессе сканирования. На рис. 1 и 2 наглядно видно различие фотоизображений и изменение трикотажного полотна без эффекта сканера (полотно сфотографировано на фотокамеру) и его сканирование. Следует отметить, что разнообразные эффекты зависят от особенностей сканера. Например, при плотном закрытии крышки сканера и сильном соприкосновении белья и стекла сканера получаются очень контрастное и четкое изображение. При неплотном закрытии получается слабовыраженное и мутное изображение, что буквально создает эффект, будто мы наблюдаем одежду в барабане стиральной машины под небольшой толщей воды. При открытой крышке сканера силуэт изделия читается очень резко и выразительно за счет белого фона (Рис. 2 а), а при закрытой крышке создается серый фон (Рис. 2 б). Плоскостное или рельефное положение трикотажного полотна на стекле сканера позволяет сканировать изображения под определенным углом, что дает возможность сфокусироваться на разных участках трикотажного полотна.

В процессе работы над проектом был создан новый метод создания фотоизображения трикотажного полотна. Для создания композиции на руку надевалось чулочное изделие (колготки). Рука, обтянутая полотном, по-разному двигалась по стеклу сканера, что создавало разнообразные эффекты. Данный метод можно назвать «Рисование трикотажем».

Благодаря разнообразным рисункам на колготках и движению был получен необычный фотографический эффект. При сканировании можно буквально рисовать трикотажем, создавая самые разные формы и линии: *плавные и зигзагообразные*, передавать разнообразные состояния, например, *статику, динамику*. В проекте метод «рисование трикотажем» был положен в основу фотоизображений. Это связано с тем, что данный метод дает широкий спектр возможностей.



Рис. 1. Общий вид полотна без эффекта сканера, Canon 550D



а)

б)

Рис. 2. Особенности сканера;

а) изображение при плотном закрытии крышки сканера;

б) неполное закрытие крышки сканера

Метод «Рисование трикотажем» может включать разные положения полотна на стекле сканера, что позволяет достигать разных результатов. Для создания изображения может быть использовано одно полотно, помещенное на стекле сканера в горизонтальном положении. Другое расположение достигается наложением полотен одно на другое под разными углами – это позволяет продемонстрировать эффект взаимодействия трикотажных полотен разных переплетений, цветов и фактур (*Рис.3*).

В процессе проекта были проведены разные эксперименты, в результате которых были получены следующие результаты. Можно понаблюдать за тем, как из простых трикотажных изделий получается самостоятельная композиция, полная движения и цвета. Более того, изделие теряет свою узнаваемость, и именно отсутствие конкретизации создает пространство для зрительского воображения и изучения создаваемых образов. Соблюдая четкую последовательность при выполнении работы, можно получить планируемый результат, при этом элемент случайности и создания новых образов всегда присутствует в работе.

Использование сканера дает безграничные возможности для творчества. Рисование трикотажем является новым необычным методом для создания эффектных фотоизображений. Полученные фотоизображения, могут быть использованы в создании самой разнообразной продукции и изделий: футболок, сумок, плакатов, упаковок, этикеток и т.д. (Рис. 4).

Согласно нынешним тенденциям, абстрактные композиции на одежде более актуальны, так как не навязчивы, интересны и универсальны в применении. Помимо этого, серия абстрактных фотоизображений трикотажного полотна может быть использована как самостоятельное произведение для оформления интерьеров и витрин магазинов, фабрик, шоу-румов, ателье, специализирующихся на трикотажной продукции.

*Рис. 3. Применение фото изображений на разнообразных изделиях
(на футболках)*

Библиографический список:

1. Марисова О. И. Трикотажные рисунчатые переплетения. – М.: Легкая индустрия, 1970 – 256 с.
2. Минервин Г. Дизайн: Иллюстрированный словарь-справочник. – М.: Архитектура-С, 2004. – 288 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ИСКУССТВЕ И ДИЗАЙНЕ

За последние несколько лет технология дополненной реальности совершила гигантский скачок в развитии, и эта динамика с каждым годом все больше усиливается. Возможности применения технологии чрезвычайно разнообразны – от военной промышленности до индустрии развлечений, от маркетинга и рекламы до сфер здравоохранения и образования. Большой потенциал AR-технологий открывается, в том числе, и для проектов в сфере искусства и дизайна.

По мнению ряда авторов, сам термин «дополненная реальность» (англ. - Augmented reality, AR) первым предложил Томас Коделл в начале 90-х годов XX века, когда разрабатывал решение по оптимизации работы систем навигации для авиаперевозок. Однако сама концепция дополненной реальности появилась гораздо раньше. Так в 60-х годах XX века Айван Сазерленд создал проект «Дамоклов меч» - первый в мире шлем виртуальной и дополненной реальности. С этого момента технические и научные эксперименты, связанные с AR и VR технологиями, велись постоянно, но только лишь в последние десятилетия благодаря мощному технологическому скачку дополненная и виртуальная реальность начала активно внедряться в повседневный обиход.

Сегодня под этим термином подразумевают наложение любой цифровой информации (текста, графики, аудио, видео, 3d-объектов и др.) на любые объекты реального мира в режиме реального времени. Для распознавания дополненной реальности используются либо метки, расположенные в пространстве, к которым привязывается виртуальный объект, либо якоря (GPS-координаты), а также показания компаса, акселерометра, гироскопа, термометра и других датчиков, интегрированных

в цифровые устройства. В настоящий момент существует множество программных решений для реализации технологии для различных платформ: смартфоны и планшеты, очки дополненной/смешанной реальности, экраны дополненной реальности, а также компьютеры, оснащенные веб-камерой и др.

Современная динамика развития отрасли впечатляет. К примеру, на Всероссийской конференции по дополненной, виртуальной и смешанным реальностям MIXAR 2015 было зарегистрировано всего 2000 участников и около 50 экспонентов и спикеров, тогда как через год эти цифры выросли до 6000 и 150 соответственно. Показательным является и тот момент, что в этом году конференция MIXAR выбрала для себя слоган «Phygital transformation».

Тесная интеграция цифровых технологий с реальным физическим миром рождает новое понятие – phygital-технологии. Термин phygital является результатом слияния двух понятий: physics (англ. – физическое) и digital (англ. – цифровое). Он появился сравнительно недавно – был предложен энтузиастами-разработчиками – и еще не вошел в повсеместный научный обиход. Под phygital-технологиями мы можем подразумевать тесное слияние двух реальностей: физической и виртуальной – ситуацию, когда цифровые технологии покидают виртуальный мир экрана компьютера и интегрируются в реальное физическое пространство. Дополненная реальность является частью phygital-технологий, а ее интеграция с реальным физическим миром открывает новые возможности для авторов в самых разнообразных сферах: литература, дизайн полиграфической продукции, дизайн архитектурной среды, музейное дело и кураторская деятельность, театр и шоу-бизнес и, конечно, независимые художественные практики в области визуального искусства.

Развитие цифрового медиума закономерно приводит и к развитию, видоизменению традиционных, аналоговых медиа. За последние десятилетия появилось немало количество печатных романов, которые можно отнести к такому жанру, как эргодивная литература. Такие литературные произведения

предполагают активное участие читателя в процессе чтения. Печатная литература выходит за рамки линейного повествования, нарратив тесно связан не только с текстом, но и с формой. Книга-игра, книга-головоломка, книга-карта – явления, характерные для постгутенбергского мира. В этой ситуации дополненная реальность способна расширить традиционные повествовательные практики, обогатить новыми приемами и формами как художественную литературу, так и произведения в жанре нон-фикш. Печатная продукция может стать по-настоящему интерактивна. Эти возможности касаются не только области поиска авторами новых художественных форм, но и весьма прагматичных целей издательств. При помощи AR-технологий мы можем расширить возможности традиционной полиграфии, добавив в ограниченный формат книги или журнала дополнительные данные: фотографии, видео, тексты, игры и т.д. При этом не увеличивать затраты на печать. Наведя смартфон или планшет, читатель может подробнее узнать о заинтересовавшей его услуге, посмотреть расширенный репортаж об открытии выставки, рассмотреть в подробностях всевозможные карты и схемы, присоединиться к обсуждению статьи, а также добавить свой собственный контент.

По этой же причине дополненная реальность становится интересна для музейного дизайна и кураторской деятельности. В ситуации, когда пространство музея ограничено, мы получаем возможность по-новому представить музейный контент, а также расширить объем экспозиции до какого угодно масштаба. Используя мобильные устройства, посетители музея могут получить любую дополнительную информацию о том или ином экспонате. Кроме того, при помощи экранов дополненной реальности зрители смогут познакомиться с историей экспоната, увидеть его внутри его же исторической среды, познакомиться с объектами, которых уже не существует или которые невозможно увидеть в реальности. Все это справедливо и для организации пространства галерей. Кураторы более не ограничены физическим размером зала и могут включать любой

дополнительный контент в выставку, в том числе демонстрировать те работы и проекты, которые по тем или иным причинам привезти в конкретную галерею невозможно. Коллаборация разработчиков, дизайнеров и кураторов открывает огромные перспективы для новых концептуальных решений подачи материала и организации выставочного пространства.

Интеграция цифровых технологий в физическое пространство архитектурной среды позволяет сделать это пространство удобнее, функциональнее, информативнее, а также интерактивнее. При помощи мобильных приложений пользователи могут легко переводить любые городские указатели (названия улиц, вывески, дорожные знаки) на любой необходимый язык, получать любую информацию об истории зданий и памятников, узнавать месторасположение банков, музеев, кафе, больниц, школ и т.д. Мы можем говорить о новом способе интеграции художественного и рекламного контента в городскую среду, который не нарушает ее визуальной целостности, но расширяет возможности для взаимодействия с ней. Сочетание дополненной реальности и уже существующих интернет-сервисов делает возможным появление проектов, ориентированных на развитие городской инфраструктуры, укрепление связей между городом и его жителями.

Авторы перечислили лишь малую часть тех перспектив, которые открывает дополненная реальность непосредственно перед авторами, а также другими представителями культурных индустрий. Возрастающий интерес бизнес-сектора к VAMR-технологиям (виртуальная, дополненная и смешанная реальность), многократное увеличение объема инвестиций в отрасль свидетельствуют о том, что в ближайшее время мы сможем наблюдать ее еще более динамичное развитие. А это значит, что AR-технологии станут доступнее как в финансовом плане, так и в плане простоты и универсальности использования программных решений для неподготовленных пользователей. В этих условиях важно уже сейчас обратить внимание на высокий потенциал применения дополненной

реальности в дизайне и в искусстве, исследовать возможности новой формы, а также реализовывать экспериментальные решения на практике, чтобы сохранить конкурентоспособность и иметь в будущем широкие возможности для развития культурных инициатив в нашей стране.

УДК 7.05:62

Цобкалло Е.С.,
зав. кафедрой сопротивления материалов
ИИТА СПбГУПТД,
доктор технических наук, профессор
(Санкт-Петербург, РФ),
Москалюк О.А.,
старший преподаватель
кафедры сопротивления материалов
ИИТА СПбГУПТД,
кандидат технических наук
(Санкт-Петербург, РФ)

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С ИНЖЕНЕРИЕЙ И МАТЕРИАЛОВЕДЕНИЕМ

Основным направлением подготовки современного специалиста в области промышленного дизайна является повышение уровня и расширение его образованности. Формируется потребность в принципиально новом типе промышленного дизайнера - он должен уметь синтезировать и интерпретировать разнообразную информацию и на её основе разрабатывать единую дизайн-концепцию. С подготовкой дизайнеров такого уровня хорошо справляются в высших учебных заведениях таких стран, как Япония, Китай, Голландия, Италия и Франция, где процесс обучения непосредственно связан с инженерными дисциплинами, изучением современных материалов и реальным производством. Обучение российских студентов по специальности «промышленный дизайн» также, несомненно, должно отвечать этому требованию. Ведь эстетическая составляющая промышленного дизайна, безусловно, является неотъемлемой, но отнюдь не единственной, а в некоторых случаях даже не самой важной составляющей данной сферы деятельности. В объектах промышленного дизайна на первое место

разработчиками ставится, функциональность изделия, а отнюдь не эстетическая его сторона.

В связи с этим подготовка специалистов нового типа должна включать не только художественные дисциплины, но и широкий спектр инженерных, общенаучных, материаловедческих предметов.

Отдельным направлением обучения промышленных дизайнеров должно стать материаловедение, т.е. изучение структуры и свойств материалов и новейших технологий производства. Даже если речь идёт только о создании макета или прототипа, что является неотъемлемой частью процесса разработки нового промышленного изделия, вопросы выбора материала выходят на первый план. Традиционные материалы (бумага, дерево и пр.) вытесняются современными полимерными материалами, такими, как вспененный ПВХ пластик, оргстекло, композиционные материалы, которые отлично подходят для макетирования. Эти материалы, обладающие широким спектром технологических свойств, имеют ряд преимущественных технологических возможностей по сравнению с традиционными материалами.

Знание свойств и структуры материалов, особенностей их технологической обработки становится ещё более актуальным при создании реального объекта промышленного дизайна. Можно привести огромное количество примеров взаимосвязи свойств материалов с дизайнерскими решениями. Один из этих многочисленных примеров относится к дизайну мебели. На рис. 1 представлены стулья, предложенные различными дизайнерами, изготовление которых было бы невозможно без знания свойств и особенностей применения новых материалов.



Рис. 1. Варианты современных дизайнерских стульев [1, 2]

Знание современных технологий также является неотъемлемой частью подготовки специалиста в области промышленного дизайна. В качестве примера можно привести технологию так называемой 3D печати, в основе которой лежит принцип послойного создания или «выращивания» твёрдого объекта, и которая может осуществляться разными способами и с использованием различных материалов. Можно смело утверждать, что в недалёком будущем эта технология будет являться основным инструментом для дизайнеров, как для создания макетов и прототипов, так и для получения реальных объектов различных сложных форм.

Современного специалиста в области промышленного дизайна невозможно представить без глубоких знаний инженерных дисциплин. В истории промышленного дизайна существует огромное число примеров создания шедевров талантливыми инженерами. Архитектурные шедевры французского инженера Эйфеля – Эйфелева башня, ставшая символом Парижа, мост через реку Дуру в г. Порту – являются образцами и высочайшего дизайнерского искусства. Примером идеального соответствия формы и конструкции является спроектированная русским инженером В.Г. Шуховым телевизионная башня, которая признана архитектурным, дизайнерским и инженерным шедевром. Башня имеет уникальную гиперболоидную конструкцию в виде несущей стальной сетчатой оболочки и получила признание как одно из самых красивых и выдающихся достижений инженерной и дизайнерской мысли в мире. Здесь уместно говорить о такой основной дисциплине инженерного образования, как сопротивление материалов. Одной из основных целей расчётов и методов, изучаемых в рамках этой дисциплины, является подбор оптимальных рациональных

размеров и форм элементов конструкций и изделий из них, что необходимо для обеспечения функциональности их работы. А это как раз и является первостепенной задачей промышленного дизайнера.

Большой простор для промышленных дизайнеров дают современные материалы, обладающие специальным набором свойств - механических, оптических, физических и др. Это касается так называемых «умных» домов, одежды, изделий со специальными функциональными свойствами. Так, например, можно добиться того, чтобы синтетические полимерные материалы, которые по своей природе склонны накапливать статический электрический заряд, были бы «лишены» этого, как правило, крайне нежелательного свойства. Сотрудники кафедры сопротивления материалов СПбГУПТД в рамках научно-исследовательских работ последние несколько лет занимаются разработкой перспективных композиционных материалов технического назначения для защиты от статического электричества и электромагнитного излучения, а также для отвода тепла [3,4]. Такие материалы востребованы в качестве антистатических и теплоотводящих покрытий и подложек, геотекстиля, тканей специального назначения и др. Разрабатываемые материалы получают путем введения электропроводящего углеродного нанонаполнителя в расплав полимера и последующей экструзией в готовый композит в виде блоков, плёнок и волокон. Особенностью получаемых изделий является их черный цвет, что на первый взгляд, должно ограничивать область использования данных материалов, особенно при производстве изделий, где важны не только защитные функции, но и эстетическая составляющая (защитная одежда для сотрудников медицинских учреждений и микроэлектронной индустрии). В современном производстве при использовании подобных материалов их как правило вплетают с изнаночной стороны или покрывают цветной оболочкой, что приводит к снижению эффективности от их использования. Однако сотрудниками кафедры была предложена идея создания оригинального геометрического узора при проектировании защитных технических тканей за

счет вплетения в полотно таких композитных черных нитей, а также создания дизайнерских узоров на плитках, полах и пр., выполняющих защитные функции.

Дизайнерская деятельность уникальна тем, что она многофакторна, в отличие от узкой специализированности многих современных профессий, а современная подготовка специалиста в этой области невозможна без междисциплинарного взаимодействия.

Библиографический список:

1. http://housesdesign.ru/articles/kuljtovie_stuljya_v_istorii_dizayna-150.html, дата входа 2.09.16.
2. <http://www.houzz.ru/ideabooks/37023673/list/10-samyh-izvestnyh-stulyev-v-istorii-i-chem-oni-znamenity>, дата входа 2.09.16.
3. Aleshin A.N. , Krestinin A.V. , Moskalyuk O.A. , Tsobkallo E.S., Yudin V.E. Electrical conductivity of polypropylene fibers with dispersed carbon fillers // Physics of the solid state. – 2012, T.54, № 10. p. 2122 – 2127.
4. Ivan'kova E.M. , Moskalyuk O.A. , Tsobkallo E.S., Yudin V.E. Influence of the Concentration and Shape of Carbon Fillers on the Mechanical Properties of Polypropylene Fibers // Fibre chemistry – 2015, T. 46, № 5. p. 293 – 298.

УДК 7.045

Якуничев Н. Г.,
профессор кафедры промышленного дизайна
СГХПА им. А.Л.Штиглица,
кандидат искусствоведения, доцент
(Санкт-Петербург, РФ)

ПРЕДМЕТНЫЙ МИР КАК ПОСРЕДНИК

Мы живем в мире форм. Мы свободно ориентируемся в этом сложном мире и воспринимаем его как нечто естественное. Однако доступность и понятность предметного окружения обманчива.

Так, в настоящее время предметная среда переживает период революционных изменений. Требование *инноваций* предполагает поиск качественно новых решений и, соответственно, отказ от метода «модернизации существующего» ради «прорыва в будущее». Но как

осуществить этот прорыв, если наше воображение глядит на него «глазами настоящего, обремененного грузом прошлого»?

Подобная проблемная ситуация указывает на то, что в нашем представлении об искусственной среде как естественном и понятном условии жизни есть «белые пятна».

В существующих определениях: «рукотворная среда», «вторая природа», «отличная от естественной», «подобная естественной» особенности морфологической организации и развития искусственной предметной среды никак не обозначены. Доступность окружающего предметного фона не вызвала потребности в анализе его принципиальных отличий от природной среды. Удивительно, но факт: современные исследователи обходят данный момент, возводя сложнейшие теоретические построения на весьма зыбком субъективном основании.

Автор полагает, что особенность искусственной предметной формы заключается прежде всего в том, что она - *посредник* в отношениях человека с окружающим миром.

Из данной посреднической функции искусственного объекта следует амбивалентность его морфологической организации. В нем одновременно присутствуют как черты подобия окружающей среде, так и черты подобия морфологии человека. Признак морфологической двойственности является главным общим отличием искусственных объектов вне зависимости от их функциональной особенности и места в истории. Однако, в силу своей погруженности в предметный мир, мы не замечаем его двойственной природы, которая находится буквально «перед носом». Мы не слышим «подсказок» о его будущем, заключенных в самой предметной форме.

Исследование феномена двойственности искусственной среды позволило отметить следующие принципиальные признаки, отличающие ее от мира естественных форм:

А. С системной позиции, предметная *форма* представляет собой сложно организованное целое. В его строении можно выделить: уровень

внешней формы, функциональный уровень, системно-структурный уровень. Нетрудно заметить, что обозначенные уровни искусственной *формы* также являются следствием ее положения в качестве посредника. Внешняя форма объекта ориентирована на внешнюю среду. Функциональный уровень воплощает в себе решение определенной посреднической миссии предмета. Системно-структурный уровень определяется способностью человека управлять связями элементов формы, способностью образовывать целое из исходного фрагментированного состояния. Данные уровни находятся в иерархической зависимости, основание которой составляет структурная организация объекта.

В. Любой искусственный объект проявляет себя в системе двух направлений взаимодействия «внешняя среда – человек». Соответственно, основные элементы его морфологической структуры различаются по своей ориентации: *a* – на внешнюю среду, *b* – на преобразование усилия и *c* – на человека. Типы связей и отношений элементов структуры выступают в качестве переменной составляющей. Они определяют особенности как морфологической организации единичного объекта, так и системного состояния предметной среды в целом.

С. Из обозначенной позиции посредника следует, что форма предмета обусловлена воздействием двух основных источников: факторов среды и человеческого фактора. Каждая группа формообразующих факторов обладает определенной мерой независимости.

На уровне структурной организации амбивалентность объекта проявляется как результат интегрированного отражения организационно полярных материальных систем: распределенной системы открытой среды (*природа*) и точечной системы органичной целостности (*человек*) (табл.). Каждый участник отношений «предлагает» свою модель организации. Степень реализации той или иной модели (*a* и *b*) зависит от обстоятельств места и времени, что проявляется в специфическом разнообразии организационных черт предмета.

Сравнительные характеристики системной организации Открытой среды (а) и органичной целостности (b).

Природа Открытая среда	Человек Органичное целое
а	В
Распределенная система Открытая среда Обособленность элементов Множество специализированных объектов Внешний формообразующий фактор (гравитация) Распространение по поверхности Статичное положение в пространстве	Точечная система Обособленная среда Органичная связь элементов Единое универсальное целое Внутренние формообразующие факторы 3-х мерное пространство среды Мобильное состояние.

D. Посредническая функция искусственного объекта в системе отношений «человек – среда» проявляется в двух взаимоисключающих состояниях: опредмеченном и распредмеченном.

«Опредмечивание есть переход процессов деятельности в покоящееся свойство объекта, превращение действующей способности в форму предмета. Распредмечивание – обратный переход предметности в живой процесс деятельности, в действующую способность. Распредмечивание не есть утрата предметности, а лишь перевод ее из спокойствия в процесс, где она существует в качестве его момента»[1, с.154].

Таким образом, искусственный объект содержит функциональную и морфологическую двойственность, выступая, поочередно, то как предмет (свернутый процесс), то как «искусственный орган» (развернутый процесс).

Е. Мы живем в условиях пространственно-временного континуума. Соответственно, пространственное положение искусственного объекта в среде и его дистанция относительно человека также находят свое отражение в предметной форме. Сам термин «предметная среда» указывает на принадлежность объекта к открытому пространству. Взаимодействие человека с большей частью подобных объектов кратковременно.

Искусственные объекты, вовлеченные в ближайшее пространство человека, элементами среды уже не являются. Примером может служить одежда. Это гораздо более выраженное «искусственное продолжение» человека, в котором доминирует организационное подобие органичной целостности.

Е. Автором высказывается мнение, что в историческом разнообразии предметной среды также обнаруживаются следы ее амбивалентности. Данное предположение нашло подтверждение в ряде исследований [2;3;4], которые показали, что развитие предметной среды также обусловлено наличием двух системно противоположных моделей организации, определяющих начало (*a*) и завершение (*b*) ее исторических изменений (таблица). На начальном этапе моделью подобия является мир природы, а определяющими являются факторы окружающей среды. Соответственно, предметно-пространственная среда строится по принципам организации распределенной системы. Однако человек создает этот новый мир для решения своих проблем и преобразует его «под себя». Чем выше уровень организации искусственной среды, тем «дальше» она от *природы* и «ближе» к *человеку*. На завершающем этапе акцент подобия переносится на модель органичной целостности, а ведущее структуро- и формообразующее значение получает человеческий фактор.

Модель органичной целостности выступает в роли аттрактора будущего организационного состояния и в ходе исторического процесса оказывает постоянно усиливающееся воздействие. В наше время

наблюдается разворот вектора подобия от исходной к финальной организационной модели.

Особенность настоящего момента заключается в том, что модель будущего становится реальным основанием дальнейшего развития предметной среды. И это, наверное, самая главная инновация, которая качественно изменяет как процесс ее проектирования, характер ее отношений с человеком, так и ее морфологию.

Библиографический список:

1. Батищев Г.С. Определенность и распределенность // Философская энциклопедия. – М., – 1967. – Т. 4.
2. Якуничев Н.Г. Предметная форма как зеркало эволюции. - LAPLAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG Saarbrücken, Deutschland (Германия). -2013.- 294 с.
3. Якуничев Н.Г. Предметная форма как программа развития. // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. №133, – 2013. - С.207-218.
4. Якуничев Н.Г. Позиция посредника как фактор эволюции изобразительного искусства Запада. // Известия РГПУ им. А. И. Герцена: №159. - 2013. - С.167-174.

СОДЕРЖАНИЕ

Махлина С.Т., ДИЗАЙНЕРСКИЕ РАБОТЫ ЗАХИ ХАДИД – ВЫДАЮЩЕГОСЯ АРХИТЕКТОРА СОВРЕМЕННОСТИ.....	3
Морохова С.Н., СЕРТИФИКАЦИЯ И ПОДГОТОВКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ И СТРАН ЕАС.....	10
Никильшина Л.В., СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ.....	14
Нестерова М.А., Спицына К.А., «ДОРАЭМОН»: ОПЫТ ЯПОНСКОГО МЕДИАДИЗАЙНА В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОГО БРЕНДА.....	20
Паркан Т. Д. ДИЗАЙН КАК ФАКТОР ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА.....	23
Петрухина О.В., СОЗДАНИЕ МЕДИА-ПРОДУКЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ: ВОВЛЕЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В ТВОРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ ВУЗА.....	27
Попова Е. С., Москалюк О.А., ЖИЛОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СПОСОБ ВОСПИТАНИЯ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ЭКОЦЕНТРИЧНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ.....	32
Прозорова Е.С., МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ДИЗАЙНА: МЕХАНИЗМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНЦЕПЦИЙ, ЭКСПОДИЗАЙН, СЦЕНОГРАФИЯ.....	35
Решетникова Т. М., ИННОВАЦИИ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВНЕДРЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ)	38
Родителева-Уайбэ М., ДИЗАЙНЕР, ХУДОЖНИК-СТЕКЛОВАР ДЭЙЛ ЧИХУЛИ И ИЛЛЮЗОРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ.....	43
Рябинина В. Е., СПЕЦИФИКА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧНОЙ ВИЗУАЛЬНО- КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЫ.....	49

Сидякина И. Н., Москалюк О.А., ФЛОКИРОВАННОЕ НАПОЛЬНОЕ ПОКРЫТИЕ: СТРУКТУРА, СВОЙСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	52
Слюсаренко И. И., МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ «ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ» 3D-ПЕЧАТИ В РОССИИ НА ОСНОВЕ ЛИЧНОГО ОПЫТА.....	54
Таркус Е. А., ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИАДИЗАЙН ИНТЕРАКТИВНОЙ НАРРАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ.....	57
Тоголукова Е.Н., СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ В МОЛОДЕЖНЫХ СМИ.....	61
Томилова О.В., СЕРТИФИКАЦИЯ, КАК ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНЕРА.....	66
Тришин В. А., ДИЗАЙН ЖИЗНИ. ДИЗАЙН СЦЕНЫ. ДИЗАЙН СМЕРТИ.....	71
Туркина А.В., Савельева А.С., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКАНЕРА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ ТРИКОТАЖНОГО ПОЛОТНА. МЕТОД «РИСОВАНИЕ ТРИКОТАЖЕМ».....	75
Храбрых К. Б., ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ИСКУССТВЕ И ДИЗАЙНЕ.....	79
Цобкалло Е.С., Москалюк О.А. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С ИНЖЕНЕРИЕЙ И МАТЕРИАЛОВЕДЕНИЕМ.....	83
Якуничев Н. Г. ПРЕДМЕТНЫЙ МИР КАК ПОСРЕДНИК.....	87

Именной указатель

Махлина С.Т. 3
Морохова С.Н.10
Москалюк О.А.32
Нестерова М.А. 20
Никульшина Л.В. 14
Паркан Т.Д. 23
Попова Е.С. 32
Петрухина О.В. 27
Прозорова Е.С. 35
Решетникова Т.М. 38
Родительева-Уайбэ М. 43
Рябинина В.Е. 49
Савельева А.С. 75
Сидякина И.Н. 52
Слюсаренко И.И. 54
Спицына К.А. 20
Таркус Е.А. 57
Томилова О.В 66
Тришин В. А. 71
Туркина А.В.75
Тоголукова Е.Н.61
Храбрых К.Б. 79
Цобкалло Е.С. 83
Якуничев Н.Г. 87