

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

Н.Л. Савицька, К.С. Олініченко

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

**З ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ ДИЗАЙНУ В МАРКЕТИНГУ»**

ХАРКІВ
2016

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

«Розвиток дизайну від Ренесансу до сучасності»

ДИДАКТИЧНА

М
е
т
а

Надати базові теоретичні знання щодо сутності дизайну його історичної основи, стадій розвитку

Компетенції

- знати особливості становлення дизайну;
- знати психологічні засади впливу дизайну на споживача;
- знати розвитку дизайну;
- вміти визначати потреби в сучасному дизайні;
- вміти формувати сучасні рекламні продукти з урахуванням різних стилів дизайну.

Структура модуля

Становлення дизайну. Його розвиток у XV-XVIII сторіччі

1.1

Особливості розвитку дизайну у XIX-XX сторіччі

1.2

Дизайн XX та XXI сторіч

1.3

Сучасний дизайн

1.4

Види сучасного дизайну

1.5

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

«Основи дизайну та його використання в маркетингу»

ДИДАКТИЧНА

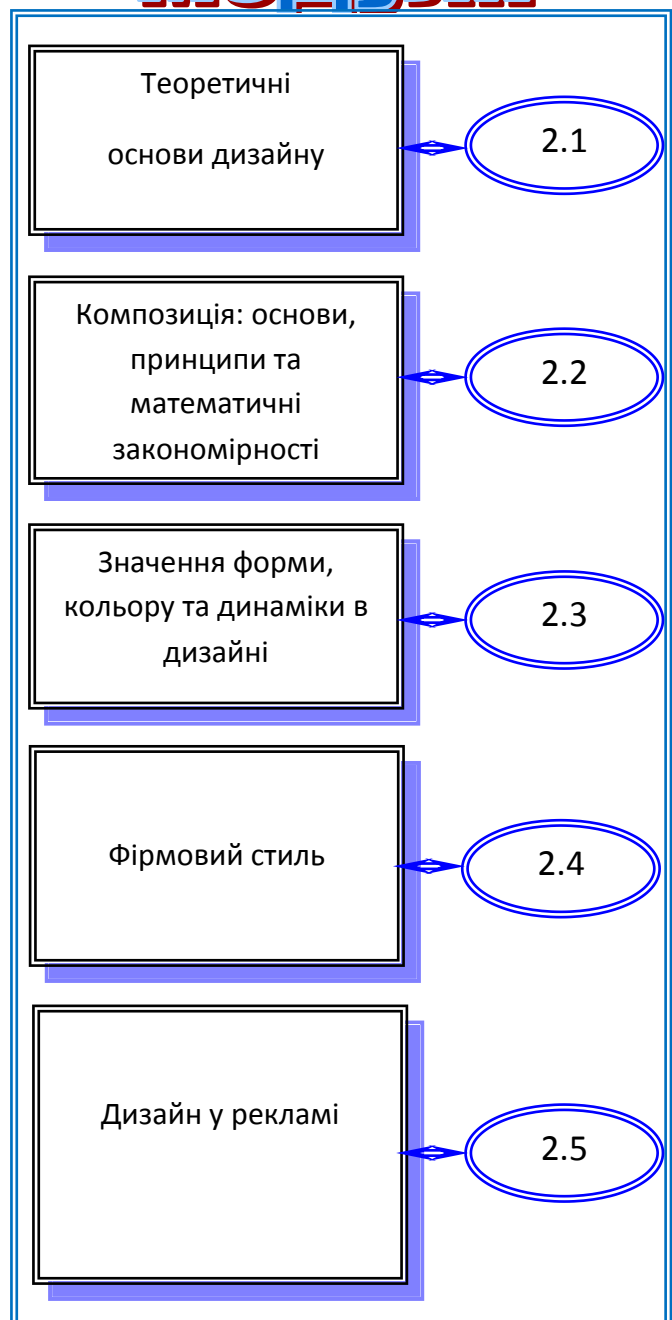
М е т а

Надати теоретичні знання щодо основ промислового дизайну, використання елементів дизайну, визначення композиції, теоретичні основи фірмового стилю.

Компетенції

- знати особливості оформлення композиції;
- знати процес створення перспективи;
 - знати методи колористики;
- вміти розробляти елементи фірмового стилю;
 - вміти формувати рекламне повідомлення;
 - вміти ефективно реалізовувати дизайнерську думку у рекламній продукції.

Структура модуля



ЗМІСТ

Вступ.....	5
<i>Змістовий модуль 1: Розвиток дизайну від Ренесансу до сучасності.</i>	<i>6</i>
Тема 1.1 Становлення дизайну. Його розвиток у XV-XVIII сторіччі.	6
Тема 1.2 Особливості розвитку дизайну у XIX-XX сторіччі.....	16
Тема 1.3 Дизайн XX та XXI сторіч.....	25
Тема 1.4 Сучасний дизайн.....	35
Тема 1.5 Види сучасного дизайну	38
<i>Змістовий модуль 2: Основи дизайну та його використання в маркетингу.</i>	<i>54</i>
Тема 2.1 Теоретичні основи дизайну	54
Тема 2.2 Композиція: основи, принципи та математичні закономірності	59
Тема 2.3 Значення форми, кольору та динаміки в дизайні	67
Тема 2.4 Фірмовий стиль.....	74
Тема 2.5 Дизайн у рекламі.....	78
Список використаних джерел	91

ВСТУП

У системі підготовки спеціаліста з маркетингу важливе місце посідає вивчення основ дизайну. Даний конспект лекцій покликаний створити навчально-методичне підґрунтя системного опанування теоретико-методичних та практичних засад з основ дизайну в маркетингу.

Метою вивчення дисципліни «Основи дизайну в маркетингу» є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок з основ дизайну, а саме: розуміння сутності та особливостей дизайну в сучасному маркетингу, аналіз основних складових композиції; опанування методичним інструментарієм оцінки дизайнерських рішень; ознайомлення студентів з конкретними прикладами прийняття рішень щодо створення дизайнерської композиції.

Для досягнення означеної мети поставлені такі основні завдання: вивчення дисципліни та опанування теоретико-методологічних основ концепцій дизайну в маркетингу, сутності категорій «графічний дизайн», «комп'ютерний дизайн», «веб-дизайн», «гармонізація». Рівні дизайн-менеджменту, його аналітична, виробнича і функція просування. Вивчення ролі і методів дизайну в сучасному маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: теоретичні основи дизайну; роль та значення дизайну в маркетингу; структуру, сутність та основні етапи створення дизайнерського продукту та методи його оцінки; організаційне моделювання в управлінні брендингом; стратегії розвитку бренда; формування дизайнерського рішення при розробці нового товару; промисловий дизайн та його складові; особливості технології та прийомів дизайну при формуванні бренду.

Уміти: застосовувати на практиці методи формування рекламного повідомлення з урахуванням дизайнерських особливостей та продукту; обґрунтовувати вибір моделей створення брендів та проводити оцінку їх потенціалу; розробляти типові схеми формування фірмового стилю підприємства; аналізувати дизайнерські рішення щодо оформлення рекламних форм; проводити моніторинг змін у дизайнерських перевагах в сучасній маркетинговій діяльності підприємства; оцінювати умови та наслідки прийняття організаційно-управлінських рішень щодо формування фірмового стилю підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1: РОЗВИТОК ДИЗАЙНУ ВІД РЕНЕСАНСУ ДО СУЧАСНОСТІ.

ТЕМА 1.1 Становлення дизайну. Його розвиток у XV-XVIII сторіччі.

1. Епоха Ренесансу.

Зародження дизайну як напрямки мистецтва і фактора повсякденному житті відбувалось в Італії в епоху Відродження (Ренесансу). У декорі XV і XVI століть домінувала концепція наслідування мистецтву Стародавнього світу.

Імітація поєднувалася з технічними відкриттями у виробництві скла і кераміки. Були введені *глазурування глини і нововведення в текстильній промисловості.*

В кінці XV століття в декоруванні інтер'єру, меблів, предметів з кераміки, скла і металів домінують *орнаментальні мотиви.*

Поширений орнамент:

- завитки з листя;
- фестони;
- гірлянди;
- мотиви канделябрів.

Донателло (Donatello, повне ім'я Донато ді Нікколо ді Бетто Барді італ. Donato di Niccolo di Betto Bardi; біля 1386 — 13 грудня 1466, Флоренція) — один з найвідоміших італійських скульпторів епохи Відродження, основоположник індивідуалізованого скульптурного портрету. Він обігравав різні комбінації класичного малюнку у галереї хору Флорентійського собору.

Мікеланджело ді Франчєско ді Нєрі ді Мініато дель Сєра і Лодовіко ді Леонардо ді Буонарроті Сімоні (італ. Michelangelo di Francesci di Neri di Miniato del Sera i Lodovico di Leonardo di Buonarroti Simoni), часто відомий як Мікеланджело (6 березня 1475, Капрезе — 18 лютого 1564, Рим) — італійський скульптор, художник, архітектор, поет й інженер. Його твори вважалися найвищими досягненнями мистецтва Відродження ще за життя самого майстра. Він повів класичну архітектуру і скульптуру іншим шляхом, створивши стиль маньєризм.

Маньєризм - (від італійського слова *maniera*), що означає віртуозність і витонченість, витонченість форм, зображення переплетених фантастичних тварин, морських істот і птахів, посилені гротесками і переплетеним орнаментом.

Декор стає виразніше і незвичніший, створюється насичений за своєю тематикою розпис.

Однією з перших країн, що сприйняла італійський Ренесанс, стала Франція. Франциск I, який вважався дійсним гуманістом, запрошує працювати в палаці Фонтенбло *Леонардо да Вінчі (1452-1519), Бенвенуто Челліні (1500-1570), Франческо Приматіччо (1504-1570) і Россо Флорентіно (1495-1540).*

Наступною країною розвитку дизайну стають *Нідерланди*. Фламандська і французьке декоративне мистецтво служило джерелом наслідування для художників Англії, Німеччини.

Визнання Європою поглядів італійського Відродження пояснювалося бажанням королів, інших представників еліти, продемонструвати оточуючим прогресивність і незалежність мислення.

2. Особливості меблів, одягу та посуду епохи Відродження

Інтер'єри XV століття ще не заповнені меблями.

Основний вид - *cassoni* (скрині) і стільці.

В *Іспанії* завдяки арабським і мавританським ремісникам переважають арабески і мавританські візерунки:

✓ типовий іспанський стілець другої половини XVI ст. знаходить форму стандартного крісла, поширеного в Європі, - проста дерев'яна конструкція зі шкіряною смужкою на спинці і сидінні;

✓ предметом іспанських меблів також була *pareliera* (бюро).

У *Німеччині* художники при виробництві меблів (шаф і скринь) застосовували:

✓ класичні мотиви;

✓ об'ємне скульптурне зображення.

В *Англії* вводиться в моду маркетрі. Ця техніка застосовується при декорі скринь для замків та бельведерів.

У XVI столітті у виробництві *кераміки* домінує *італійська майоліка*. *Майоліка* це вироби з кольорової обпаленої глини, покритої глазур'ю. Термін спочатку відносився до тонко розписаних люстрових виробів XV століття, ввезених в Італію з південної частини Іспанії, з Майорки. Пізніше вона поширилася по всій Європі - термін став означати *італійські керамічні вироби*. Розпис італійської майоліки робився густим синім кобальтом і відрізнявся візерунками з геральдичними зображеннями стилізованими дубовим листям. Популярними мотивами ранньої кольорової кераміки стали стилізоване павине пір'я і портрети в круглих рамках. Основним джерелом сюжетів був настінний живопис, застосований в Золотому Будинку Нерона в 1488 р.

Типові ренесансні мотиви включали в себе:

✓ особи в профіль;

✓ біблійні і міфологічні сюжети;

✓ геральдичні мотиви.

Гротескний стиль живопису в кераміці зображував:

✓ фантастичних істот;

✓ страшних монстрів, обрамлених химерним рослинним орнаментом.

Найвідоміший приклад - розпис Рафаелем лоджій у Ватиканському палаці (1518-1519), після чого цей орнамент міцно увійшов в усі інші види декоративного мистецтва.

На декорі скла спеціалізувалися венеціанські майстри. Значний технічний прогрес спостерігається в другій половині XV століття. Тоді було вперше

виготовлено безбарвне, виключно чисте скло. Через схожість з кришталем його назвали *cristallo*.

У 1460 році винайдено скло *calcedonio*, схоже на мармур. Воно нагадувало напівдорогоцінне каміння агат або халцедон, від якого пішла його назва. Популярність розкішного венеціанського скла зросла - венеціанських майстрів переманювали за кордон. У північній частині Європи одним з головних виробників венеціанського скла став Антверпен.

Складувні майстерні в Центральній і Північній Європі забезпечувалися лісовим паливом: золою бука і папороті. Із-за високого рівня вмісту окису заліза скло виходило незвичайного *зеленуватого кольору*. Воно відоме під назвою *Waldglas* (*лісове скло*). Лісові складуви виробляли однотипну посуд для вина і пива. Велика частина виробів мала форму конусоподібного або бочкоподібного склянки.

Посуд прикрашався наступним чином:

✓ «льодяниками», або краплями, що створюють візерунки. «Льодяники» мали як декоративний, так і практичний сенс - за них зручно було братися олійними пальцями;

✓ декор наносився на готове скло алмазної голкою, далі наносилася емаль;

✓ типовий орнамент з арабесками або гротесками, зроблений контуром і заштрихований паралельними лініями;

✓ в орнаменті використовують яскраво-зелене листя і стилізовані фігури тварин.

Королем ремесел вважалось *ювелірне мистецтво*. Матеріали, з якими працювали - *срібло* і *золото*, цінувалися дуже високо. Створені вироби мали не тільки утилітарне значення; вони свідчили про статус власників і замовників, якими найчастіше були представники знаті і церква.

Раціональні пропорції Ренесансу вплинули і на пропорції в виготовленні срібного посуду. Зразками для кубків, глечиків, канделябрів і ваз служили декоративні деталі архітектурних креслень.

Класичний орнамент обмежувався мотивами:

✓ канелюр;

✓ завитків;

✓ листя аканта;

✓ медальйонів.

Дорогими *тканинами* вважалися оксамит і парча. Вони вироблялися з різноманітними стилізованими мотивами, найчастіше це був гранат.

Декор тканин складався з дрібних геометрично повторюваних візерунків і великого малюнка, який міг займати всю ширину полотна.

Найпоширенішими були візерунки:

✓ оживальної (який вінчали лист і лоза):

✓ формальний - це візерунок зі стовбуром, який виділений різними прикрасами, наприклад переплітаються стрічками, або прикрашений таким орнаментом:

• вусик винограду;

- гроно;
- важкий, ніби відлитий з металу, завиток.

3. Основні риси дизайну епохи Бароко.

Бароко - стиль дизайну, мистецтва і архітектури, що з'явився в Римі в кінці XVI століття, однак найчастіше його відносять до мистецтва XVII століття різних країн. Цей стиль був покликаний насамперед стверджувати красу Римсько-католицької церкви з метою протистояння Реформації.

Найбільш яскраво бароко проявляється у Франції, яка в першій половині XVII століття починає розквітати, цей стиль служить для прославлення абсолютної монархії.

В бароко простежується схилення перед античною класикою, особливо перед величчю і монументальністю римської архітектури, що помітно в храмах і палацах XVII століття. Зали державних засідань розписані монументальними класичними сценами з життя богів, прикрашені античною скульптурою.

У декоративному мистецтві:

- ✓ збільшуються розміри орнаменту;
- ✓ переважають чіткі і масивні форми, багаті колірні контрасти;
- ✓ часто використовуються дорогі екзотичні матеріали;
- ✓ нелінійні форми і гра світла на хвилеподібних поверхнях.

Загальне враження, створюване інтер'єром італійського бароко, - міць, розкіш і театральність. Французькі ж інтер'єри, будучи такими ж масштабними і чудовими, схильні до більшої врівноваженості і впорядкованості.

Особливостями декоративного мистецтва стали:

- ✓ ефекти освітлення, це дуже добре видно в натюрмортах голландців, а також у використанні дзеркал що відбивають світло в інтер'єрі;
- ✓ інтерес до руху - знайшов своє втілення, наприклад, в підставках, що мають форму кручених колон.

Встановлення жвавої торгівлі з країнами Далекого Сходу сприяло розвитку декоративного мистецтва XVII століття. Численні торгові фірми стали поставляти на європейський ринок вироби з порцеляни і шовку, що сприяло формуванню смаку до екзотики.

В Європу завозять нові види рослин, створюються ботанічні сади. У декорі широко поширеним елементом стають квіти. Торгівля цибулинами тюльпанів досягає свого піку. Тюльпани зображують ретельно прописаними або стилізованими, їх гравірують на сріблі, вони з'являються на тканинах і предметах меблів, прикрашених маркетрі, їх малюють на керамічних виробах.

Іншим запозиченням з природи і античності мотивом стає акант. Він вживався набагато частіше іншого листяного орнаменту. Зазубрені роздільні листя аканта з'являються серед архітектурних деталей в будь-якій області декоративного мистецтва, перетворившись в домінуючий мотив декору в стилі бароко.

В останній чверті століття переважає більш строгий формальний *стиль барокового класицизму*, прийнятий французьким двором і проявився у творах французьких художників-декораторів та оформлювачів.

Роботи майстрів широко поширені у вигляді відбитків на спеціально вигравіруваних дошках з орнаментом. Поширенню французького куртуазного стилю сприяло скасування Нантського едикту (1685 р.). Згідно з новими правилами французькі гугеноти більше не могли займати будь-яку правлячу посаду. Результатом цього закону стала масова еміграція талановитих протестантів з Франції.

4. Особливості меблів, одягу та посуду Бароко

При створенні *барокових меблів залучали проектувальників скульптурних форм*. У меблів людські фігури або трофеї, копіюють *античні зразки*, в поєднанні з архітектурними мотивами створювали символи влади і сили.

В Італії багаті сім'ї Барберіні, Боргезе, Кіджі, Людовізі і Памфілі замовляли *масивні меблі* такого розмаху, якого не можна зустріти ніде в Європі. Італійські меблі часто надмірно прикрашалися виключними матеріалами, такими як *дорогоцінні камені*.

При виготовленні меблів використовували:

- ✓ чорне дерево;
- ✓ слонову кістку;
- ✓ позолочену бронзу.

У Флоренції та Римі столи і кабінети прикрашають *твердими каменями*, подібними яшмі, мармуру.

У Франції при виготовленні меблів також використовують чорне дерево, що стає символом суспільного становища і багатства. Французькі меблі більше прагне до врівноваженості.

В інтер'єрах кімнат простежується кубічна симетрія:

- ✓ шафи прикрашаються різьбленими зображеннями трофеїв, натуралістичних гірлянд квітів і фруктів;
- ✓ ніжки столів і стільців набувають форми колон;
- ✓ стільці оббиваються шовком або оксамитом.

У XVII столітті *декор* більше *тяжіє до розкоші*. Предмети меблів прикрашають *різьбленням з позолотою*. Наприклад, скульптори створюють складні ніжки столів. У моду входять спіралеподібні елементи. Людовик XIV замовив срібні меблі для Версаля; її імітували в інших країнах, покриваючи дерев'яний каркас срібною чеканкою.

Поступово з'являються нові форми меблів:

- ✓ bureau magazine (стіл з 8-ма ніжками, прикрашений маркетрі);
- ✓ bureau plat (письмовий стіл зі стільницею, оббитих шкірою, з ящиком під фризом);
- ✓ комод;

✓ стільці, столи з ніжками у формі «Х» або з кубовидної перекладами (стілець з Х-подібним каркасом скопійований зі стільця військових кампаній, він завжди асоціюється з високим становищем власника);

✓ *salon (silon) de frail* (крісло, яке називали кріслом ченця), каркас його прикрашали матерією, а ручки і сидіння оббивали спочатку рядом і кінським волосом, великі головки цвяхів служили прикрасою, до них прибивали тканину; срібна та золота бахрома звисала з боків і зміцнювалася поперек центру спинки.

Меблі прикрашають різьбленими херувимами в натуралістично виконаній манері на столах-підставках і стільцях.

Разом з введенням нових форм меблів в Європі починають використовувати екзотичні матеріали з Африки, зі Сходу і з островів Вест-Індії. Чорне дерево з Азії та Африки з'являється в Португалії та Іспанії.

У Північній Європі меблі для привілейованих класів виготовляється з рідкісних порід дерев, особливо горіхового, оливкового, палісандрового (вид рожевого дерева).

Декоративного мистецтва стилю бароко були властиві:

✓ улюблені мотиви - листя і завитки, розташовані симетрично;
✓ ніжки меблів зазвичай виготовляються у формі лапи або кульки;
✓ горіхове дерево було найпопулярнішим, але для речей високого класу використовують клен, вишню, а пізніше - червоне дерево (частіше у вигляді шпону);

✓ розпис меблів типові для американського декору, але найкращі речі, в основному з Бостона, покриваються чорним лаком, іноді дуже вишукано наслідуючи східній меблів;

✓ одна з використовуваних технік - устричне інкрустування - дрібні гілки дерева розрізають на овальні шматочки і збираються в геометричний візерунок.

Величезні гроші в цей період витрачаються на прикрасу стін, меблів та інтер'єрів *тканинами і бахромою*. Стіни прикрашаються розкішними шовковими і оксамитовими панелями, з вишивкою або срібною та золотою бахромою по краях, а ліжка і стільці оббиваються багатючими матеріями.

Квадратна форма палацового ліжка залишається в моді до 1800 р. Її прикрашають гребенями і різьбленими підлокітниками, які покривали чудовими тканинами з малюнками, схожими з роботами Жана Берена.

Візерунок в стилі бароко на поверхні тканин поділяється на чотири категорії:

- ✓ живий, динамічний;
- ✓ екзотичні запозичення;
- ✓ виноградний орнамент, що бере початок в Ренесансі;
- ✓ декор сміливого малюнка.

До середини 1600-х років в моду входять мережива і паралельно з ткані одягом і вишивкою зображують закручений рослинний орнамент з виноградними гронами. Надзвичайна вишуканість тонів сприяє появі ефекту півтонів, використовуваних на благо декору ткачами і мереживницями,

зокрема, щоб посилити тональні відтінки двоколірних тканин з візерунками з білих мережив. Декор виноградної лози в період бароко характеризується легким, ліричним рухом крізь візерунок.

У XVI столітті італійські майстри продовжують виробництво *глазурованої кераміки*, але вона поступово відходить від ренесансних мотивів і набуває нових рис.

Майстри звертаються до дрібномасштабним і повторюваним узорів, нав'язаним друкованими гравюрами. Ці симетричні, подібні мереживу, візерунки, які включають в себе сухе листя з ламбрекенами, стали типовими для декору XVII століття.

На глазурування кераміки впливав провізної синьо-білий фарфор: керамісти намагалися імітувати матеріал, кольору, але видозмінювали форму і мотиви, пристосовуючись до європейських смаків.

Тюльпан стає улюбленим мотивом англійського фаянсу і керамічних виробів (специфіка англійської кераміки - королівські портрети). Розвитку предметного дизайну сприяла низка нововведень.

В кінці XVI століття створили штучний фарфор на мануфактурі Медичі недалеко від Флоренції.

Пізніше, на початку XVIII століття, завдяки експериментам алхіміка Йогана Фрідріха Бютгера (1682-1719) і його вчителя отримана прекрасна червона кераміка.

У 1720 р винаходять яскраві емалеві фарби. Їх використовують для зображення на посуді і вазах китайських сюжетів, екзотичних квітів, створених під впливом Сходу, і сцен в гавані.

В XVII столітті скло стає загальнодоступним.

Прозоре скло, що використовує більш дешеві матеріали і прості форми, виробляється ще в більших кількостях. При цьому багатих покупців цікавлять предмети оригінальних форм зі складними прикрасами. Наприклад, в Нідерландах створюють високі келихи зі складними ніжками у формі морських змії, що відповідає бароковим запитам показної розкоші.

Поступово складувні майстерні випускають товсте скло, вся поверхня якого покривається різьбленням. Тип різьби, відомий як *Hochschnitt*, звертається до пишного асиметричному квітковому декору.

Гравірування скла робиться ще вишуканішим. Алмазним наконечником наноситься лінійний декор, який на тлі блискучої поверхні здається матовим. В цей же час входить в моду з'явилося свинцеве англійське скло.

Декор скла тяжіє до складного візерунку, строгим формам:

- ✓ традиційному халцедонові склу надається ефект золотистих авантюрних блискіток, одержуваних додаванням мідного порошку;
- ✓ парадні келихи поєднують дуте філігранне скло з сіткою складного візерунка, багатого деталями з плавленого скла, часто цілих букетів квітів;
- ✓ високі келихи з кришками у венеціанському стилі прикрашаються детальними пейзажами і морськими видами, часом з алегоріями-ними сценами;
- ✓ гравірування по склу здійснюється за допомогою швидко обертових мідних кіл, на які наноситься абразив.

У цей період в Потсдамі, біля Берліна, на скляній мануфактурі Йоганном Кункелем винайдено темне рубінове скло шляхом додавання в первинні форми золотого порошку.

Історичний період бароко не означав єдиного стилю - він був переходом від маньєризму до рококо. Залежно від сфери застосування предметів декоративного мистецтва використовували три види стилів при виготовленні виробів з металу:

- ✓ скульптурний - був особливо представлений у великих пивних гуртках та інших судинах парадного призначення;
- ✓ ювелірний - малюнок розташовувався в центрі страви і сцени зображувалися по краях;
- ✓ квітковий - відображав інтерес того часу до ботаніки і прекрасно підходив до візерунків на предметах меблів.
- ✓

5. Рококо (1715-1770)

Стиль *рококо*, що зародився в першій половині XVIII століття у Франції, *характеризувався* органічністю і природністю, згинається, *змісподібним рухом композиції*. Використовувані мотиви засновані на мушлях і нагромадженні каменів. Присутні мотиви хвиль або полум'я створюють відчуття мерехтливого руху асиметрії. В основному рококо застосовувався в декорі інтер'єру, а не в архітектурі.

Основоположниками стилю рококо вважаються:

- ✓ друге покоління архітекторів при французькому дворі;
- ✓ майстра Північної Італії кінця XVII століття, чий твори відрізнялися ліпними прикрасами, де асиметрія і несиметричність картушей були частиною декору.

Розквіт форм рококо починається за часів правління Людовика XV в 1723 році. Рококо більше використовують в декорі кімнат, ніж в архітектурі.

Східна екзотика додає елементи декору. підходять до приватним кімнатах в стилі рококо. Наприклад, це кабінети:

- ✓ прикрашені *панно із зображенням тварин*, наприклад мавп, які *роблять людські вчинки*. Такий тип малюнків називався «*singerie*»;
- ✓ розмальовані *екзотичними китайськими фігурами*, запозичені з гравюру китайського двору і пристосовані до європейського смаку.

На початку XVIII століття з'являється кілька нових предметів меблів, які розтиражовані гравюрами Андре Шарля Буля (1642-1732):

- ✓ Bureauplat (письмовий стіл)
- ✓ Commode (бюро);
- ✓ Bas armoire (низький книжкову шафу, або кабінет).

Критик Блондель описав три види кімнат, для кожної з яких була необхідна відповідна меблі:

- ✓ парадні, або державні, апартаменти;
- ✓ розважальні, або соціальні;
- ✓ приватні.

Форми меблів тяжіли до зігнутих, хвилястим формам. На кутах з'явилися дракони і жіночі голівки, які в міру розвитку стилю замінили більш абстрактну листя або черепашкові мотиви. Комод став основним предметом інтер'єру XVIII століття.

При виготовленні меблів використовувалися екзотичні матеріали, привезені з колоній: палісандр (французьке рожеве дерево), атласну, пурпурове тюльпанове дерево.

У Німеччині основним предметом меблів стали кабінети - бюро з ящиками в верхній частині. Мюнхенська меблі прикрашалися різьбленням, розписом і позолотою, що не інкрустовані.

У Голландії головним предметом домашньої обстановки стала шафа. Меблі характеризується яскраво вираженими вигинами і багатим різьбленням.

У Скандинавії вплив французького рококо відчутно в довгих футлярах годин, високих секретер і стільцях.

В Іспанії новий стиль частіше зустрічається в королівських меблів.

Американські меблі в стилі рококо відрізняли мистецтво різьбяра. Візитною карткою стилю стало зображення предметів природи, таких як черепашки, камені, кручені листя, квіти і фрукти, об'єднані С- і S-образними завитками.

Високі комоди ставали квінтесенцією американського смаку. Верхня частина комода прикрашалися сильно вигнутими, розгорнутими фронтонами і декорованими крученими завершеннями зі шпилем - все розміщувалося на сильно зігнутих ніжках.

При виготовленні меблів у всіх країнах використовувалися:

- ✓ тонкі квіти, листя, гілки;
- ✓ нагромадження каменів;
- ✓ фігури тварин, птахів і людських тіл.

Загальний ефект декору рококо залишав відчуття легкості і граціозності. Поширенню стилю сприяла новаторська книга Томаса Чіппендейла «Керівництво для джентльменів і червонодеревників», що включає в себе декори для виробів в китайському і готичному стилі.

Рококо - грайливий і жіночний, виробляв нове відчуття фривольність, енергії і руху. Цьому стилю дуже підходив фарфор з його тендітними і пластичними якостями, відображенням кольору.

Візерунок зображував:

- ✓ сцени при дворі;
- ✓ італійські характери;
- ✓ селян, майстрових, шахтарів, жебраків, вуличних торговців;
- ✓ турків, персів, китайців.

Кольори емалі змінилися в порівнянні з насиченими фарбами бароко; придбали витончену палітру рожевих, фіолетових, яскраво-червоних і бірюзових кольорів. Одяг на фігурках розмальовували східними квітами. Маленькі вироби, такі як пляшки для парфумів і коробочки для нюхального тютюну, колишні на озброєнні у ювелірів, тепер робляться з фарфору.

Основні кольори - червоно-коричневий і рожевий.

Характерною для керамічних виробів стилю рококо стала техніка перекладу друкованих гравюр на фарфор і гончарні вироби. У цій техніці:

- ✓ створюються страви у формі листя і квітів;
- ✓ коробочки і спинці набувають форму фруктів, овочів, птахів і тварин.

Скло виявляється прекрасним матеріалом для прикрас в дусі рококо. Його прикрашали емаллю, золотом; гравірували.

Основні теми:

- ✓ любовні сцени;
- ✓ заміські пейзажі;
- ✓ кораблі;
- ✓ руїни і екзотика;
- ✓ зображення китайських, індійських і турецьких звичаїв.

Особливість гравіювання рококо - достаток завитків і стрічок.

Починаючи з 1720 року декор Франції, Англії та більшості північних країн підтримують стиль, який відомий як «регентський» на честь герцога Орлеанського, колишнього регента в роки дитинства Людовика XV.

Особливості виробів:

- ✓ завитки, картуші;
- ✓ класичні архітектурні мотиви і черепашки в поєднанні з натуралістичними мотивами;
- ✓ відсутність симетрії;
- ✓ вся композиція передає легке відчуття руху і енергії.

Багато художників звертаються до гравіювання срібла. Гравірувалися геральдичні знаки. Карбування по золоту і сріблу стала тією областю, в якій розцвів стиль рококо. Особливо справляли враження розкішні футляри для годин, коробочки для нюхального тютюну.

У Росії рококо настільки відійшов від традиційних орнаментальних форм, що стилю вдалося просочитися за межі обмеженого кола палацових замовників.

Дизайн тканин рококо був більш ретельніший, ніж в попередні періоди.

З обмеженої кількості збережених декорів можна ні ділити основні тенденції цього періоду:

- ✓ використання східних елементів;
- ✓ натуралістичні мотиви, індійські риси та аранжування візерунків;
- ✓ асиметричні вигини, свідомо антикласичне.

ТЕМА 1.2 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ У ХІХ-ХХ СТОРІЧЧІ

1. Епоха неокласицизму

Поява неокласицизму було викликано захопленням античністю і посиленням негативного ставлення до надмірної розкоші стилю рококо.

Термін виник в 1880-х роках. Прийнято вважати, що стиль охоплює період з 1760-х до 1830-х років.

Неокласицизм був, з одного боку, поверненням до історії; з іншого - пошуком стилю, не пов'язаного з епохою. Тому в сучасних дослідженнях фігурує поняття «правдивий стиль». До моменту його занепаду ці концепції злилися з романтичними поглядами на велич минулого. Античність стає одним з варіантів повернення до історії.

Теорія неокласицизму з'єдналася з філософією епохи Просвітництва. Думки Руссо і Дідро про відновлення моральних підвалин в сучасному суспільстві знайшли своє відображення в творах дизайнерів цього періоду - зразках архітектурної чистоти. Напрямок раннього неокласицизму визначили художники Італії і Франції.

Найбільш рання форма французького неокласичного декору - «грецький смак» - наголошувала на геометричності візерунка в поєднанні з урочистою манерою архітекторів Стародавньої Греції.

Мотиви «грецького смаку» включали в себе:

- ✓ гірлянди з лавра;
- ✓ завитки;
- ✓ пальмети;
- ✓ переплітається орнамент.

Інтер'єри прикрашаються дерев'яними панно з класичними мотивами або імітацією гротескного орнаменту - арабесками, відродженого в епоху Ренесансу Рафаелем.

Декор включав в себе природні мотиви:

- ✓ квіти;
- ✓ перевиті виноградні лози;
- ✓ деталі в світлих тонах.

Завоювання Наполеона, зокрема походи в Єгипет, збагатили дизайн новими декоративними ідеями.

Перегляд класичних джерел привів дизайнерів до наслідування римській архітектурі і декору. Архітектори імітували дух античності, її принципи та норми. Архітектурна форма повертається до простоти ранніх грецьких і римських пам'ятників, але інтер'єри і раніше декоруються в багатьох яскравих кольорах. Застосовуються різні сорти мармуру, меблі з позолоченою бронзою; шовкові і оксамитові набивні тканини стали відповідати смаку імператора. Внаслідок цього наполеонівський ампір поширився по всій Європі.

Першим меблевим гарнітуром, зробленим в новому «грецькому стилі», став кабінет Лаліва де Жюлі. У стилі переважали міцні лінійні форми, лише

іноді переходять в стриманий вигин, великомасштабний декор, масивні прикраси з вітрувіанських завитків або переплітаються орнаменту. Кути часто прикрашалися масками і різними фігурками. Червонодеревець мадам де Помпадур Жан-Франсуа Ебен *створював нові типи меблів:*

- ✓ Bureau cylindre (фр.) - Бюро з похилим кришкою на роликах;
- ✓ механічний туалетний столик;
- ✓ секретер з відкидною кришкою.

Неокласицизм у Франції досяг кульмінації при Людовіку XVI (1774-1789). Нові форми поєднувалися з *квітковими мотивами, гірляндами і стрічками. Орнамент витончений, ста меншим за розміром і більш насиченим.*

Меблі з декору імітувала *римські і єгипетські мотиви*. Вона виготовлялася з нових матеріалів, наприклад туї.

Стільці повернулися до квадратних спинок і прямокутним сидінням, передня частина яких прикрашалася різьбленим підзором. Дизайнери створювали *масивні стільці і столи з прямими ніжками або в формі колон з каннелюрами.*

Британські виробники меблів в стилі неокласицизм прагнули до чіткої прямокутної форми і елегантним металевим оздобленням. Найбільше простежувалися римські мотиви.

Письмовий, чайний та картковий столи, які стоять на тендітних прямих ніжках, стали прості і елегантні. Перевага віддавалася *світлим породам дерев* (атласного і коркового) Металеві прикраси, позолочена мідь або бронза доповнювали меблі.

Майстерність *британських меблевиків* привело до створення і використання механічних пристроїв для ящиків, таємничих і бічних стінок, а також до створення нових форм меблів:

- ✓ центральних круглих столів на трьох ніжках або колонах; квадратної або прямокутної софи;
- ✓ столиків для гри;
- ✓ письмових столів з відкидною дошкою, забезпечених роликами для зручності переміщення.

Неокласицизм в Німеччині відчував вплив Франції і Англії і в цілому копіював предмети інтер'єру в стилі неокласицизм. На початку XIX століття в Австрії створюються дуже оригінальні предмети меблів. У 1815 році в руслі неокласицизму, зароджується буржуазний стиль бідермейер, який незабаром поширився і в інших країнах Східної Європи. При створенні меблів перевага віддається світлим порід дерев: берези, клену, фруктовим деревам. Типові об'ємні столи і стільці виготовлялися у вигляді віяла. Актуальними колони, ліри, гірлянди і завитки.

В кінці XVIII століття збільшилося виробництво меблів в Росії під заступництвом Катерини Великої (1762-1796). У Петербург з Німеччини привозять механічні винаходи. При дворі працював архітектор Чарльз Камерон, який ввів в королівські палаци помпейський стиль Адама. У роботах для декору меблів він використовував малахіт, лазурит і слонову кістку.

В Америці в цей період створюється дуже легкі меблі, оскільки жителі Америки, окрилені отриманням незалежності, займалися створенням нової держави, сподіваючись стати ідеальною республікою.

Вперше неокласицизм в кераміці, як і слід було, з'явився у Франції в 1760-х роках. Від рококо його відрізняли симетричність прикрас, багаті ліпні та похилі тривимірні деталі, які включають в себе:

- ✓ зображення квітів і рослин (акант, жимолость, лавр);
- ✓ штучні прикраси (розетки, стрічки, кільця, медальйони);
- ✓ спускаються драпірування.

Сторони виробів прикрашалися каннелюрами, зображенням очерету або листя, а на бордюрах з'явилися штучні перлини, шишки, бутони. Кольоровий фон, частіше яскраво-блакитний з нанесеною на нього глазур'ю, надавав виробам розкіш.

Німецькі обідні сервізи стали виготовляти в новому стилі - їх форма завершувалася ананасом, артишоком або лавровим вінком. У неокласичний період «генієм» кераміки був Джо- Зайя Веджвуд. Він удосконалив кераміку кремового кольору, щоб збільшити виробництво і задовольнити потреби середнього класу. Столовий посуд стала вершиною вишуканості: форми запозичувалися з сучасної срібного посуду. На біло-жовтому, рожевому, синьому і лососевих тлі з'являлися сцени: батальні; морські; міфологічні; пейзажні; квіти і птиці.

Вази для льоду і посуд для фруктів виконувалися у формі урн.

У Росії заступництво Катерини II сприяло розквіту імператорського фарфорового заводу в Санкт-Петербурзі. Відкрилася приватна фабрика Гарднера, заснована англійцями біля Москви, в Вербилках в 1767 році. У 1770-1780-і роки тут створювали фантастичні сервізи для щорічних парадних обідів в честь основних орденів. Було модним зображати на посуді портрети вельмож і коронованих осіб.

Якщо художня цінність скла бароко і рококо виражалася лише в декорі поверхні, то неокласицизм додасть велике значення як орнаменту, так і формі. Стель панує у всіх галузях виробництва скла, особливо у виробництві канделябрів, келихів, пляшок і графинів. Протягом десятиліть декор розвивається і на час ампіру 1820-х років досягає неймовірної пишності.

Різьба стає надзвичайно глибокою і ажурною. Коли майстри освоїли техніку, виріс попит на пишній орнамент. Угруповання призм, віял, колон, рельєфів і «полуничних» ромбів отримує загальну назву «скошена різьблення». Гравірування в цей час займає скромне місце, в основному використовуються мотиви вишивки, гербів і написів.

У Франції з'являються нові види скла:

- сірчисте скло;
- вилівок в формі;
- опалове скло.

У найближчі два десятиліття французькі майстри повторюють кольору богемського скла: молочно-біле; синьо-бронзове;

- рожеве;

- алебастрове;
- бузкове.

Для виробів з срібла і металу в цьому стилі характерні:

- симетричні форми;
- простота орнаменту;
- давньогрецькі, єгипетські і давньоримські мотиви.

Особливо це було властиво французьким виробам, що демонструвало імперську амбітність Наполеона.

Випуск елегантної посуду з тонкого світлого срібла значно збільшився.

В середині XVIII століття в виробництві модульної, симетричною і легкої посуду починають застосовувати новий механічний, листопрокатний стан. Проводиться велика кількість тонких металевих листів, які можна різати, згинати, закручувати. З них можна зробити куб і циліндр, т. Е. Надати їм геометричну форму, характерну для неокласицизму, і в залежності від ціни піддавати ручній обробці.

На ринку популярністю користувалися чайники, кавники, сливочники, а також проста полірована посуд зі срібла з плоским орнаментом.

До кінця XVIII - початку XIX століття ціна дорогоцінних металів була занадто висока - потрібні більш дешеві матеріали:

- дизайнери стали використовувати сплав олова зі свинцем, який блищав як срібло, а сплав латуні і міді давав золотий блиск;

- одночасно розвивалося виробництво чавуну і сталі. Майстри стали виготовляти більш дрібні деталі з цих матеріалів: пряжки, гудзики, рукоятки мечів. На ринку виникла мода на розписні метали;

- з початку XIX століття маленькі майстерні відчувають сильний тиск з боку великих підприємств і торговельних фірм, в результаті чого форма і декор виробів стандартизуються. Для зручності вводиться нова техніка обробки металу в Лмеріке, винайдена різьбярем Болсвером в 1762 році в Шеффілді. Він з'єднує мідь і срібло при виробництві пластин. Будучи вдвічі дешевше, ніж срібло, вироби з Шеффілдського пластинки - спинці, чайники, тостери, кавові прилади на підставках - користуються великою популярністю і в великій кількості експортуються в Європу;

- в XVIII столітті у Франції винаходять «золочення» - розплавлену бронзу і латунь або інші матеріали покривають шаром золотої амальгами (сплав золота з ртуттю). Золочення стало дуже поширене при виготовленні декоративних предметів, накладок для меблів і обідків для кераміки. Дизайнери стали поєднувати камінь і позолоту, що створювало контраст і красу. Виробництво свічників поєднувалося з різьбленням і поліруванням стали, бронзи, латуні і срібла, які прикрашалися рифленням і позолотою.

Неокласичні візерунки на тканинах відрізнялися від рококо організаційною структурою, яка спростилася. Дизайн тепер включав в себе:

- гірлянди;
- решітки;
- смуги.

У цей період досягає апогею зображення польових квітів, ліпного орнаменту

Основою візерунків стали готичні і архітектурні мотиви.

Найтипівіші теми:

- храми з руїнами;
- сцени з п'єс і опер;
- епізоди політичному житті;
- трофеї;
- реальні і міфологічні персонажі.

Умовно візерунки неокласицизму можна розділити на три періоди:

- 1760-1770-і роки візерунок розташовувався між хаотично;
- 1780-1790-ті роки, коли переважала організована форма - мотиви полягали і картуші, овали, гуртки;
- до початку ХІХ в. частота повторів в орнаменті скорочується, переходить в декор. З 1780 року механізуються виробництво тканини.

У той час все добре розуміли ідіоматичне значення природних мотивів. Наприклад, дуб сприймався як символ вірності і сили. У візерунках віддається перевага деяким деревам і рослинам:

- трояндам;
- полуниці;
- будякам; конюшини;
- жолуді;
- дубовим листям.

2. Консерватизм

Консерватизм був характерний для дизайну ХІХ століття. У той же час, дизайн істотно просунувся вперед у виробництві меблів і в області внутрішньої обробки приміщень:

- з 1830-х років меблевими фабриками починається випуск масової продукції;

- до 1840-х років також масовим стало виробництво шпалер, тек стилю і металевих виробів для внутрішнього інтер'єру приміщень. У ХІХ столітті розкіш житла перестала бути привілеєм аристократів. Стало модним в навіть в середовищі дрібної і середньої буржуазії мати добре оброблене і заставлене хорошими меблями житло.

З боку дизайнерів починається реакція на масове виробництво меблів та будівельних матеріалів.

У кожній країні були свої переваги стилям.

Англія прагнула до готичного декору. Деталі з середньовічної архітектури були включені в обриси сучасних меблів підкресленою поверховістю стилю, але його цінували за декоративність і романтику. Використовувалися листяний орнамент загострені арки і шпиль, вирізані з дерева. Англія зачитувалася історичними романами сера Вальтера Скотта, що свідчило про почуття національного патріотизму після війни з Наполеоном і вплинуло на рішення

провідних дизайнерів звернутися до класичної англійської (єлизаветинському стилю). В моду увійшли реставровані антикварні речі. Історичні фрагменти, подібні панелям і різьбі, часто служили відправною точкою для створення меблів.

Для Франції до дизайні були характерні лицарські і героїчні мотиви (стиль трубадурів).

У XIX столітті з'являються нововведення у всіх областях виробництва. Нові матеріали паралельно з технічними новинками відкрили шлях експериментаторства.

Дух винахідництва ширяв у всіх областях дизайну:

- в моду входить металеві меблі, виконана в лиття;

- європейські срібники швидко відреагували на зміни в смаках XIX пеку.

Почали використовувати парові машини, що дозволило отримувати готову продукцію масового виробництва. На ринках можна було легко придбати предмети в стилі рококо, готики і Ренесансу;

- в текстилі переважало виробництво килимів, при виготовленні яких використовувалися готичні, класичні та мотиви рококо. Нові механічні ткацькі верстати зробили килими доступними масам;

- в 1840-1850-х роках Європу і США познайомили з вовняної берлінської вишивкою, яка стала дуже популярною. Вишиті шерстю предмети використовувалися для прикраси майже всіх предметів, включаючи чохла на стільці, камінні екрани;

- в 1850-х роках стали застосовувати хімічні барвники;

- в обробці інтер'єрів переважала оббивка. Матеріалами для оббивки служили італійський оксамит, прядіння шовк і ручна вишивка;

- дизайнери скла застосовують нові техніки гравіювання, живопису емаллю, переведення друкованих творів для передачі нового повернутого декору:

- з'явилися пресоване скло як більш дешевий варіант імітації різьбленого пекла;

- інтерес до венеціанським виробам привів до відтворення потрісканого скла;

- відродилося «кам'яне» скло (т. Е. Двошарове, де зовнішня оболонка піддавалася рельєфною різьбленні, демонструючи нижній шар)

Рух «Мистецтво і ремесла» зародилося в Англії в другій половині XIX століття. Це був бунт проти консервативного вікторіанського стилю, проти шаблону і ганебного копіювання. Ініціаторами руху стали відомі письменники, архітектори та художники.

У 1861 році Вільям Морріс очолив цей рух, організувавши компанію «Морріс, Маршал, Фолкнер & К °» з цілі проектування і випуску вітражів на релігійну тему і художніх ремісничих виробів.

До початку XX століття число фабрик потроїлася, для ремісників рух «Мистецтво і ремесла» ставало альтернативою урбанізації і втрати індивідуалізму.

Основні особливості дизайну «Мистецтв і ремесел» полягає лиш в наступному:

- на першому місці - предмети ручного виробництва, машинне зведено до мінімуму;
- в декорі присутні натуралістичні візерунки рослин і кольорів, також мотиви моря;
- концентрувалася увага на прикрасі побуту середнього класу, а не культурного середовища;
- орієнтованість на домашнє вогнище.

Меблі, що виникла під впливом руху «мистецтв і ремесел» була проста і практична. Стиль меблів виділявся:

- інкрустацією;
- дрібним кольоровим орнаментом;
- виструганими різьбленими голівками.

Популярними стали плетені стільці зі спинкою в формі сходів, придумані Едвардом Гардінером. Також майстер створювали декори для фортепіано.

Вироби з металу виготовлялися з міді та латуні вручну. Дизайн використовував круглі напівкоштовні камені і блискучі емалеві шашки, які довершували декор виробів. Майстри також комбінували матеріали. Багато предметів з заліза розроблялися з точки зору функціональності та мали гарні ергономічними властивостями, наприклад ручки, камінні щипці.

У тканини образотворчий дизайн прагнув до прямих кутах. Застосування природних мотивів у вишивці пов'язане зі зростаючим інтересом до ландшафтного дизайну.

Використовувалися традиції англійських квітів і рослин:

- нігтики;
- жимолость;
- гілки верби.

В Америці - місцева флора:

- соснові шишки;
- листя адіантула.

Візерунки індіанців Америки використовувалися у виробництві клаптевих килимків і стали характерними прикметами стилю в Італії, Росії і США.

3. Стиль Арт Нуво

Стиль Арт Нуво (по французьки вимовляється як «ар нуво», відповідно до транскрипцією більшості європейських мов, включаючи російську - «арт нуво»; далі по тексту назви стилів даються в загальноприйнятій європейській транскрипції) з'явився на початку 1890-х років у Франції і швидко поширився в Європі і Америці. Досяг кульмінації на Всесвітній виставці в Парижі в 1900 році, а потім прийшов в занепад в перші роки нового століття. Стиль виник під впливом багатьох художніх напрямків, виробників і окремих художників в період пошуку національного стилю.

Перший твір Арт Нуво з'явилося в 1893 році при оформленні особняка Тассель в Брюсселі Віктором Орта.

Художник акцентує особливу увагу на хвилеподібних лініях, оголюючи залізні конструкції в інтер'єрах будівлі. Ці особливості запозичили всі дизайнери Арт Нуво. Для Арт Нуво характерні хвилеподібні, асиметричні, закруглені лінії. Також він визначається використанням натуральних форм в продуктивному мистецтві прикладного декоративного оздоблення. Використовує певні історичні джерела та символізм. Основні форми:

- геометричні;
- абстрактні;
- лінійні.

Основою Арт ВУЛТ була природа. На дизайн впливає теорія Дарвіна і біолога-еволюціоніста Ернста Геккеля. Природа в Арт Нуво прагне до метаморфоз.

Центром декоративного мистецтва став місто Нансі. Основоположником дизайну меблів в стилі Арт Нуво вважається Еміль Галле, який підтримував ідею, що краса полягає в дотриманні принципів природності (мотиви природи). Меблевим шедевром Еміля Галле стала ліжка, інкрустована нічним метеликом, оброблена перламутром.

Для дизайну характерне використання вигнутих, абстрактних ліній. У багатьох країнах пошук сучасного націонал'ног (стилю призводить дизайнерів до своїх власних традицій):

- італійські меблі Арт Нуво виглядала багатшими. Дизайнери крім усього іншого, були захоплені формами і методами запозиченими з мистецтва Північної Америки і країн Близького Сходу. Тому меблі відрізнялася багатою декоративною обробкою і високотехнологічним майстерністю;

- в Норвегії - повторне відкриття складного орнаменту мистецтва вікінгів:

- в Фінляндії дизайнерів надихали стародавні карельські міфи і легенди.

Для меблів характерне використання національних зразків і масивних міцних форм або декоративною різьбою з символічною тематикою.

Для посуду цього періоду характерні бліда забарвлення і ліпні прикраси у вигляді квітів і тварин. При виготовленні фарфору використовувалися закручені лінії і японські мотиви.

Крім меблів, видатний дизайнер Еміль Галле робив і вироби зі скла, в прикраси на яких міцно увійшла поезія символістів. Він використовував мотиви природи. Випустив лампи, які за формою нагадують гриби, бабок, частини тіла.

Відомі композиції, виконані зі скла, іншого майстра Гектора Гимара, який створив три входи для паризького метрополітену.

У ювелірних прикрасах основою залишається природа. При виготовленні виробів з металу природні мотиви поєднуються абстрактними лініями і візерунками.

Провідною країною з випуску тканин стала Франція. Для французького декору тканин характерні хвилеподібні повторювані візерунки з квітів, що нагадують візерунки на шовкових тканинах XVIII в.

У Нідерландах в текстовому дизайні придбала популярність техніка батика - індонезійська техніка особливого малюнка на тканині. При створенні шпалер, гобеленів і тканин цінувалася розпис. Мотиви розпису запозичувалися з національної історії, народних міфів і легенд.

ТЕМА 1.3 ДИЗАЙН ХХ ТА ХХІ СТОРІЧ

1. Ранній модернізм

Стиль з'явився одночасно з Арт Нуво у Франції. Стиль віденських майстрів (Wiener Werkstatte) часто вважали австрійської версією Арт Нуво. В Австрії стиль дизайну того часу називали також Sezessionstil - художній напрям Віденського Сецессиона, представлене майстром Хофманом Моцером, художником Густавом Клімтом, архітектором-дизайнером І.М.Ольбріхом. Цей напрямок багато в чому зазнавало на собі вплив принципів художнього стилю руху «мистецтв і ремесел»:

- всі предмети дизайну відповідали естетиці суспільства;
- використання нових матеріалів - гнутих деревини і посрібленого альпака;
- під впливом кубізму, що з'явився в Чехословаччині, створювали багатокутні і звивисті вироби: стільці, дивани, керамічні чайні сервізи, вази та інший посуд;
- барвистість предметів, які були виконані в простому геометричному стилі;
- мальовничі натюрморти і просто великі квіти прикрашали двері, віконні рами, шафки, кухонні буфети;
- меблі покривалася лаком і оброблялася перламутром;
- стільці і столи були без декоративних прикрас.

Вироби з металу, які проектували виробники і майстри Віденських майстерень на початку ХХ століття, займали особливе місце і залучали виразністю і сучасністю того часу. Майстри застосували різні метали:

- срібло;
- мідь.

Випускали велику кількість виробів, починаючи від свічників, чайників, прикрас для столу і закінчуючи підставками для квітів. Вироби прикрашалися карбуванням, різьбленням, опуклими рельєфами і гравіюванням, напівдорогоцінним камінням і емаллями. Серед килимів і тканин, що випускаються на рубежі століть і в 1920-ті роки, було широке розмаїття стилів:

- яскраві квіткові;
- абстрактні малюнки.

Крім килимів, оббивки меблів і одягу, тканини Віденських майстрів використовували для виготовлення серветок, занавісок і абажурів для ламп.

2. Арт Деко – вплив на сучасність

Стиль Арт Деко зародився в Парижі в роки, що передували початку Першої світової війни.

У період Арт Деко спостерігався розквіт мистецтва ансамблю коли високообдарованих в різних областях мистецтва майстра відповідали за все

декоративне оздоблення та ансамбль інтер'єру, включаючи вікна, підлогу, покриття стін, меблі, освітлювальні прилади і обробку.

Видатними майстрами зі створення такого ансамблю був француз Еміль Рульмана, також Робер Малле-Стівен, ірландка Ейлін Грей і працювали на фірмі «Товариство французького мистецтва» Луї Сю і Андре Мар.

Сильний вплив на Арт Деко справила авангардний живопис, зокрема конструктивізм, кубізм, фовізм і футуризм, які володіли багатим репертуаром абстрактних форм і колірних поєднань.

Майстри Арт Деко вбирали екзотичні особливості зарубіжного стилю, культур і продуктів, що включають в себе методи формальної тематики, джерела якої були різноманітні:

- ступінчасті піраміди стародавньої Месопотамії і племені май знайшли відображення в хмарочосах США 1920-1930-х років;

- культура африканських народів, що проживають нижче пустелі Сахара, вплинула на французький дизайн;

- культ класичної Греції та Риму, Китаю і Японії, а також Росії, з барвистим своєрідним декором і костюмами, також впливали на дизайн Арт Деко. Ще одним джерелом натхнення стали механічні та промислові форми. Це призвело до появи геометричних малюнків, барвистих прямолінійних образів і зігзагообразних малюнків.

Французи зайняли лідируючі позиції у виготовленні меблів цього періоду. Меблі відрізнялася:

- дотриманням класичних пропорцій, витонченим смаком;

- використанням екзотичних сортів, наприклад макасаровое чорне дерево, амарант (фіолетове дерево);

- інкрустацією із застосуванням дорогих матеріалів: слонової кістки, зміїної і акулячої шкіри.

З 1920-х рр. меблі стає функціональної:

- в ній спостерігається менше інкрустації;

- вироби обробляють декоративною фанерою, різьбленням, соломою;

- використовують трубчасту сталь і парусину.

Керамічні вироби відрізнялися химерної геометричною формою. Зазвичай розписувалися від руки яскравими жовтими, помаранчевими, червоними і синіми кольорами. Декорувалися геометричним орнаментом і степовими рослинами і тваринами. Найбільшою мірою класичні мотиви французького Арт Деко в кераміці проявилися в виробництві виробів для особливого випадку.

Улюбленим декоративним прийомом було покриття живопису потрісканої глазур'ю.

Створювали кавові, чайні сервізи, шкатулки і графини в формі птахів і тварин.

Популярним мотивом стало зображення змії. Зображення абстрактних малюнків стало характерним для товстостінних ваз, флаконів, глечиків з внутрішнім декором. Майстром, якому не було рівних в цьому напрямку, став Рене Лалик (1860-1945). Він почав випуск флаконів для парфумів з парфумером Франсуа Коті. Його вироби робили з прозорого, матового, одноколірного скла,

з візерунками з накладного або вставного скла, з опалово-молочним відливом і синювато-жовтим блиском, пофарбованими колірними плямами з зовнішнього боку. Лалик випускав столовий посуд, талісмани для машин, письмові і туалетні столи, курильні приналежності, освітлювальні прилади і архітектурні елементи.

Металеві вироби Арт Деко відрізнялися візерунками з напівдорогоцінним камінням, деревом, склом.

У виробках спочатку були присутні різні мотиви: срібні намиста, ажурні стебла рослин і стилізовані листя і птаці, але поступово стали переважати твори з геометричним мотивом:

- піраміда;
- куб;
- циліндр.

У США виробництво виробів з дорогоцінних і кольорових металів, особливо із золота, міді та срібла, було поставлено на промислову основу. Випускалося безліч виробів з елементами дизайну - від решіток до годин.

На початку ХІХ століття в тканини і килими виготовляли традиційно в східному стилі під впливом мотивів Близького Сходу.

Майстри-дизайнери визначили для килимів не тільки традиційні прямокутні форми, а й:

- квадратні;
- круглі;
- овальні з фестонами по краях;
- прикрашені геометричним і асиметричним малюнком;
- стилізовані квітами і фонтанами.

У період Арт Деко промисловий дизайн досяг величезного розмаху. Крім виробів з кераміки і металу, випускалися предмети масового виробництва. Наприклад, компактні пудрениці, які прикрашалися золотом і коштовним камінням; косметички з кольорових металів, металів з матовим покриттям, пластмаси.

Потреба в дешевих виробках з пластмаси привела до появи нових видів цього матеріалу і, відповідно, до випуску пластмасових виробів. Прикладом тому служили футляри для радіоприймачів, туалетні столики, приналежності для куріння і листи, чаші, підстави для ламп.

3. Модернізм

Стиль модернізм сильно відрізнявся від попередніх стилів:

- в ньому був відсутній зв'язок з історичним минулим;
- акцент робився на матеріалі і процесі створення твору;
- дизайн епохи модерну використовував промислові процеси.

На еkleктику модернізму, вплинули видатні технічні досягнення до кінця ХІХ - початку ХХ століття. Електрика, телефон, легковий автомобіль, повітряні польоти викликали до життя створення нових форм.

У модернізмі багато говорило прямо і відкрито. Програма житлового будівництва у Франкфурті-на-Майні показала світу, як архітектори та дослідники в галузі дизайну прагнули до соціальних поліпшень (можливості великому числу людей мати власне житло) за рахунок простоти і функціональності будинків.

Багато предметів вже не потребували красивому оформленні, були маловиразним. Майстри тепер вирішували практичні проблеми - прагнули проектувати цілі інтер'єри, включаючи меблі. Природні предмети, що створювалися в одному ансамблі для створення стилістичної єдності, звільнялися від культурного багажу минулого в обмін на функціональність (зручність).

Меблі стали відрізнятися наступним:

- полегшена складна, яку можна було використовувати на борту корабля, в армії, в мисливських експедиціях;
- стільці з гнутих деревини, з плетеними сидіннями з очерету і фанери;
- металеві каркасні стільці;
- улюбленим матеріалом залишалася деревина;
- упор робився на вагу і об'єм - використовували суцільну оббивку і алюмінієві ніжки.

Починаючи з середини 1930-х років замість глазурної відбиває приходить меблі різьбленого дерева, також меблі з фанери, яка створювала відчуття зорової та фізичної легкості. В кінотеатрах, офісах і ресторанах стає модним встановлювати меблі зі сталевих труб.

3. Майстри модерну виготовляли вироби, позбавлені декору, оздоблення. Вироби не підпорядковані загальному стилю моди. Форми випускаються в численних варіантах. Виробі з металу стають незграбними. Бездоганність форм поєднується одночасно з грубістю. Золото і срібло стають чужими сучасних умов. Майстри використовують нержавіючу сталь, сплави міді та латуні. Кімнати оформлялися в строгому і аскетичному стилі. Килимки клялися на дерев'яні підлоги або лінолеум і часто служили центром інтер'єру, узгодженим в кольоровій гамі. Для виробів з тканин характерною стала натуралістична умовність. При виготовленні тканин використовували метод трафаретного друку, створюючи масштабні візерунки, друковані малюнки.

4. Післявоєнний дизайн та дизайн 1960-х років

1940-1950-ті роки були періодом переходу від строгості і аскетизму Другої світової війни і вслід за нею обмежень до бурхливого новаторства 1960-х років.

В основі сучасного мистецтва лежало положення, що функції предмета повинні бути ясно виражені в його зовнішньому оформленні, т. Е. Повинні простежуватися взаємозв'язку між предметом і його дизайном.

Прикладне мистецтво знаходилося під сильним впливом абстрактного мистецтва і скульптури. На меблів відсутня декор, все підпорядковано фактурі матеріалу. При виготовленні меблів застосовували новітні технології, розроблені для кабін літаків. Використовували конструкції з великою кількістю

сталі та алюмінію. Значний внесок у створення меблів внесли американські майстри, так як в дизайн почали вкладати великі гроші.

Гладкі і плавні контури виробів з кераміки і скла диктувалися якістю скульптури.

Тканини і шпалери прикрашалися абстрактним малюнком.

У середині 1960-х років настав момент, коли люди перестали потребувати, і дизайнери стали виробляти вироби швидше «для душі», ніж «для потреби». Ця корінна зміна означала, що дизайн не переслідував тільки функціональність, економічність, надійність і довговічність, а в рівній мірі об'єднав вплив, визначеність і елегантність. Він став об'єктом, який загіпнотизував публіку з її зростаючими доходами, необмеженим вільним часом, високими очікуваннями і, очевидно, нескінченної спрагою новизни і хвилювання.

1960-і роки були на краю змін, які майже завжди розглядалися як прогрес. Прогрес був одним з критеріїв десятиліття; його використовували для виправдання безлічі змін в різних сферах життя суспільства: від моди і технологій до моралі. Людей охопила мрія польоту в космос, в результаті чого це десятиліття марило «космосом». Післявоєнна соціальна революція створила прогресивне суспільство, в якому можливості молоді були рівнозначні їх таланту. Це був час, коли змінювався стиль життя і розширювалися рамки морального кодексу. Поп-музика, будь то «Бітлз», «Роллінг Стоунз», «Ху», «Біч Бойз» - була викликом молоді та стала її призовних кличем. Мода мала на меті створення одягу для справжнього моменту.

Молодь стала важливим споживачем на ринку з двох причин. По-перше, економічний фактор: повна зайнятість і зрослий достаток їх батьків означали, що молоді нащадки мали в своєму розпорядженні цілком пристойний дохід. По-друге, «бебі-бум», що пішов за Другою світовою війною, означав, що нове покоління було суттєвою частиною населення.

Настрій молоді, дух романтизму і бажання спокусливо зображувалися в кольорових додатках - одному із символів тієї епохи. Дизайн 1960-х років відзначався не стилістичною єдністю або естетикою, а усезростаючим відмінністю стилів, форм і слідом за цим іншим ставленням до ролі і природі дизайну в суспільстві.

З'явилася психоделічна графіка - зарозумілий стиль висловлював цінності культури протидії і зображував бунтарський, еклектичний, молодіжний, чуттєвий і загальний ваххический погляд, в якому на перший план виступали наркотики, музика, секс.

Дизайнери експериментували з меблями, винаходячи нові форми і матеріали. Фанерний стілець у вигляді раковини і розкладається шкіряний стілець швидко завоювали серця молоді. Скловолокно стало повсюдно використовуваним матеріалом в експериментальній і елітарної роботах. Меблі ставала, якщо можна так сказати, одноразовою. Вона була світлою, яскравою, виразною текстури, простий і прямий в лініях.

Один з напрямків в меблів 1960-х років було пов'язане з розвитком корпоративної культури. Нові штаб-квартири і офіси були обставлені

послідовним, естетично витонченим способом за допомогою модельної меблів в дусі модерністської естетики.

При цьому меблі була дуже проста у виготовленні. Найяскравішим прикладом модною і одноразової меблів були так звані «паперові» стільці. Для їх створення зазвичай об'єднували три шари паперу для створення п'ятишарового ламінату і покривали його лаком. Такий стілець міг служити від 3 до 6 місяців. Стільці штампувалися як шматки пресованого картону, який розмальовував яскравими популярними малюнками.

Надувні меблі, зазвичай зроблена з полівінілхлориду, підтверджувала популярні характеристики молодості і моди.

Доказом прагнення до менш формальним, дешевшим формам меблів стали «бобові мішки». Це були стільці, всередині яких знаходилося близько 12 млн пластикових гранул або намистин з поліестеру, які підганялися під форму людського тіла, що сидить на цьому стільці. Більшість тенденцій модного дизайну прийшло з Італії.

Відбиваючи сучасність і свободу вираження, кераміка 1960-х років уособлювала свого часу. Столові вироби підстроювали під смаки масового споживача. Молоді потрібна була кераміка, яка була стильною, модною і сучасною. Акцент робився на кольоровій гамі, сміливих моделях і декоративної графіку. Нова естетична грубість, багатобарвність і нерафінована були в зв'язці з бунтівною естетикою часу.

Форми підкреслювали справжні властивості матеріалу і поверхні, викликали незвичайні образи: від тостерів і друкарських машинок до кухонних раковин.

Після Другої світової війни дизайн скла стає більш органічним, силуети - простими і явно функціональними. Виробництво скла повернулося в майстерні. Дизайнери перейшли від форм чистих ліній до більш неправильним, ламаним і ексцентричної форми, з нерівним кольором, текстурою і різноманітними прикрасами. Скло розглядалося як засіб художнього вираження, і навіть номінально функціональні форми 1950-х років були замінені декоративними і скульптурними експериментами.

Дизайнери при виробництві виробів з металу віддавали перевагу нержавіючої сталі. Її виробництво зацікавило тих, хто працював для широких мас багатих споживачів, яким подобалися стильні речі для повсякденного життя. Нержавіюча сталь сприймалася як сучасний матеріал і призначалася для технологічного століття. Безперечна сучасність простоти і грубуватості була доповнена новими обробками, які змагалися з «консервативними» срібними виробами.

Для мільйонів працюючих молодих людей мода того часу і одяг стала символом незалежності і приналежності до вікової групи. Молоді модні покупці відкидали хороший смак і високий стиль. Вони не підтримували Паризьку моду від кутюр як неперевершений авторитет. Дотримуючись настрою молоді, мода стала предметом національного інтересу і обговорення. Наголошувалося на ноги завдяки появі міні. Одночасно з цим спідниці робили расклеваними або плісированими, щоб не сковувати рухи. Найважливішим у

цьому було те, що масова мода вперше належала саме молодим. Це було зовсім незручно для старшого покоління.

Енергійність і рухливість стали символами молодості. Упор Делга на аспекти в настроях того часу, пов'язаних:

- з космосом (його технологічні нововведення);
- подорожами (захоплююче бути в русі, не сидіти на місці);
- темпом життя (відсутність часу на ретельну упаковку);
- наукою (технології були привабливими і прогресивними).

Нова мода повинна була служити повсякденного способу життя, який не залишав часу на зміну костюмів з різних приводів для того, щоб відповідати традиціям і звичаям. Темп сучасного життя був гарячковим. Дещо змінилася мета дизайну. Якщо жіночий одяг спочатку робили, щоб повернути протилежну стать, мотивацією чоловічої моди було бажання позначити статус.

На дизайн в моді, безумовно, впливала космічна гонка. Полімери були матеріалом, який слід було використовувати сучасним способом. Саме форми, такі як прозорий козирок,

часто приходили з космічних образів. Полімерні матеріали вироблялися в нестримно яскравих кольорах, з оптичними і рослинними малюнками, іноді були стерильно білими і прозорими. Але були ще й срібні поліамідні матеріали, які відображали моду на космос.

Зростання особистісного добробуту та подальше зростання числа споживачів гарантували для промислового дизайну в 1960-х роках «золотий вік». Більше не стояло питання, чи маєте ви машину, телевізор і холодильник; замість цього цікавилися маркою і моделлю. Багато компаній більше не гналися за найнижчою ціною. Вони почали активно обробляти дизайнерську стратегію, в якій складний стиль давав продукту додаткову цінність і привабливість.

Промисловий дизайн зайняв провідне місце на ринку споживчих товарів і з'являвся в естетичній життєвості любителів стильних речей. Повсюдне використання пластика і чітко визначених нових форм, відсутність прикрас і декорацій в промисловому дизайні підкреслювали, що 1960-і роки розцінювалися як розрив з минулим. Вже сама по собі форма могла показати образ сучасності:

- прямолінійний стиль співвідносився з випуском масової продукції і механізацією;
- обтічні форми притаманні швидкого руху по воді і повітрю;
- округла форма передає структурну міць, завершеність і бездоганність.

Упор робився не на-раціоналізацію і логічність індустріальних процесів виробництва, а на форму, яка здається таємничою за задумом і чарівної щодо виконання як безшовне плаття. Стиль 1960-х у великій мірі тяжіє до тенденцій маньєризму в оновленому вигляді.

Яскравий однотонний пластик червоного, оранжевого, зеленого, жовтого та інших помітних кольорів використовувався при створенні стільців, столиків, корпусів телевізорів і магнітофонів, ламп, столового приладдя, склянок, прикрас і багатьох інших речей. Яскраві кольори висловлювали настрої десятиліття.

Пластик був недорогим, асоціювався з почуттям мінливості і, що більш важливо, з почуттям безпосередності, молодості, нестачі витонченості і задоволення.

Результатом цього стали різні витончені, впадають в очі, що привертають увагу новинки з пластика. Пластикові паперові сукні і надувні диванні подушки.

Багато предметів було створено для молодіжного активного способу життя, енергійного, непосидючого. Зокрема, два предмети промислового дизайну формували душу поп-культури того десятиліття.

Символом руху і свободи був транзистор. Коли транзистори стали доступними для широкого кола, вони поміняли звички молодих радіослухачів. Виняткова компактність транзистора означала, що поп-фанати могли насолоджуватися музикою в будь-якому місці.

5. Постмодернізм

Термін «постмодернізм» (1970-2010) зустрічається у багатьох напрямках, включаючи соціологію, кінематограф, музику, літературу, культурну теорію. Постмодернізм розглядається як відмова від абсолютної спрямованості світу модерністського на користь місця і часу.

В області дизайну визначення постмодернізму сильно варіюється. Спочатку це слово можна було знайти в роботі британського історика по дизайну та архітектури Ніколауса Певснера, автора широко відомої книги «Піонери сучасного дизайну». У 1961 р в своєму есе «Повернення до історизму» він розглядає постмодернізм з точки зору небажаної, але все ж більш очевидною тенденції до стилістичного еkleктизму. Це є однією з характеристик архітектури та дизайну цього часу.

Відомі дизайнери ратували за те, щоб новий стиль постмодернізм був зрозумілий і близький цінностям поп-культури.

З кінця 1950-х років цей виключно пуританський погляд був підірваний все збільшується суспільством споживачів: у людей стали зростати доходи, зроста тяга до швидких змін і більш широким культурним горизонтів, які пропонували телебачення і туристичний бізнес. Дизайнери відкрили цікаві види кольору, декору та прикрас, запропонували популярні, екзотичні та рідкісні культурні послання, які збільшили інтерес до архітекторів і дизайнерів.

Історія постмодерністського дизайну часто співвідноситься з продукцією деяких американських архітекторів-дизайнерів, таких як Роберт Вентурі і Майкл Грейвз, або провідних італійських дизайнерів, включаючи Етторе Сотсаса і Ллессап-дро Меїдіі. Вона проглядається в розробках дизайнерів багатьох інших країн.

Пізніше можливості постмодернізму розглядалися через призму цілого ряду візуальних і дизайнерських засобів - від моди до меблів, від інтер'єрів до графіки, від столових приладів до посуду. Однак спочатку радикальний, мінливий погляд модельєрів, таких як Вів'єн Вествуд, або винахідливість таких видавців, як Невіл Броуді, чию роботу можна було побачити в журналі «The

Face», незабаром були зібрані в більш консервативних музейних колекціях і виставках. Однак особливість еkleктизму кінця ХХ століття в стилі постмодерн була продумана, в чомусь іронічна й дотепна зустріч старого і нового, традиційного і етнічного, езотеричного і популярного, дешевих і дорогих матеріалів.

Найбільш яскраво постмодернізм висловив себе в архітектурі. Із кінця 70-х рр. ХХ ст були побудовані громадські центри, оточені розфарбованими аркадами і колонами, що нагадують давньоримські форуми і римські барочні будівлі, в яких колишні архітектурні форми оновлені і гротескно переосмислені, введені нові, нетрадиційні матеріали: анодований алюміній, нержавіюча сталь, неонові трубки. Побудовано міста-супутники, розплановані по строго осьовій системі, забудовані будинками з важкими карнизами і фронтонами, потужними декоративними колонами на рустованих стилобатах (нові міста-супутники Парижа, іспанський архітектор Р. Бофілла); дерев'яні та кам'яні особняки з розвиненими скатними дахами і звисаючими карнизами, слуховими вікнами і димарями (проекти американського архітектора Р. Вентурі). Інтер'єри цих будівель обставляються громіздкою старомодними меблями, а фасади прикрашаються творами гіперреалістів, суперграфіка. В образотворчому мистецтві з постмодернізмом зазвичай пов'язують напрямки, які тяжіють до предметно-натуральному художньому сприйняттю життя.

3. Меблі в стилі постмодерн народжена в результаті експериментів американських дизайнерів, які створювали композиції 1970- 1980-х рр. Рівнозначний внесок внесли і італійські дизайнери (Алессандро Мендіні, Етторе Сотсас і Мішель де Лючі). Постмодернізм став частково міжнародною мовою дизайну. Дорогі матеріали і покриття використовувалися в постмодернізмі поряд з більш дешевими ламінатами і пластиком.

Постмодернізм проявлявся як модний продукт споживання в індустріальному світі. Розвиваючись в таких географічно далеких одна від одної країнах, як Америка, Японії та Австралія, постмодернізм вніс радикальні зміни в дизайн повсякденному меблів. Помітним в новій групі дизайнерів став Рон Арад, який поєднує в своїх роботах, здавалося б, несумісні речі: автомобільне сидіння і автомобільну антену. Або стільці «Конус», створені ним у 1986 році зі сталі, скла і алюмінію, кидають виклик традиційним уявленням: про просте, комфортному, ергономічному сидінні.

Завдяки дизайну постмодернізму поява речі перевертає розуміння про її призначення, Дизайнери використовують різні матеріали, не властиві меблів.

Прогресивні дизайнери по склу відходять від традиційних модерністських образів і форм. Вони створюють речі, такі як: дуті чаші; фужери і судини; флакони з металевим каркасом для духів. Працюючи з керамічними виробами і виробами зі скла, дизайнери постійно шукають можливість втілення своїх речей в освітлювальних приладах і їдальнею мікроархітектурі через срібло і метали. Ювелірні прикраси могли виконуватися в графічній манері далекій від елегантності.

Тканини та килими давали можливість розкрити красу кольору, багату обробку; позначити різницю в культурах, історіях. Переважаючі мотиви:

- етнічні;
- графіті;
- малюнки, що нагадують колажі;
- грубі малюнки анімаційних героїв.

Серія технологічних удосконалень після Другої світової війни не могла не відбитися на роботах промислового дизайну. Вони стали вільні від модерністських постулатів - «форми на користь функції».

Поява нових приладів - транзисторів, мікроелектроніки, чіпів - дало дизайнерам свободу форм. Стали з'являтися яскраві пустотливі предмети. Стереосистема могла мати каркас з бетону; традиційний пылосос розглядався як об'єкт зі стилістичним статусом і розроблявся з точки зору декоративності, а не технічних параметрів. Поверхні багатьох звичних домашніх речей стали носіями різноманітних декорацій.

В результаті постмодернізм відображав віртуальний світ з його нескінченними просторами, контрастними кольорами, взаємопроникаючими обсягами і нетрадиційними матеріалами. Протиріччя загальним законам гармонії середовища є єдиним заборонаю у вільній і розкутою архітектурі і меблів цього стилю. Віртуальні інтер'єри ставили завдання позбутися стереотипів; позбавити архітектуру і меблі нав'язливої монотонності, повторюваності елементів. Для інтер'єрів і меблів такого роду характерні внутрішні напружені форми, контрастні кольорові відносини, що створюють комфортне середовище на рівні підсвідомості. А це, в свою чергу, дає можливість втілювати їх у комп'ютерній моделі.

ТЕМА 1.4 СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН

1 Становлення сучасного дизайну

XX століття (як і XXI), на противагу романтичному) XIX, шукали і шукають нові ідеї, форми, матеріали. Паралельно розвивалася конструктивна лінія з характерною для неї прямолінійністю форм і їх ясним побудовою. Сьогодні багато дизайнерів говорять про деградацію декоративного мистецтва, про вмирання традиції і про еkleктичності сьгоднішніх напрямків розвитку дизайну. Безумовно, сьгоднішній дизайн по-новому намагається переосмислити мистецтво екстер'єру та інтер'єру, але все так само ґрунтується на головних принципах і положеннях, що склалися в рамках архітектурного і художнього освіти.

За останні два десятиліття практика дизайну надзвичайно ускладнилася, і провести межу між дизайном і іншими областями професійної діяльності художника поза мистецтвом в його станковому варіанті стає все складніше.

Все це сьгодні називається дизайном і виконується професійними дизайнерами:

- проектування принципово нових промислових виробів;
- косметичні зміни в зовнішньому вигляді промислової продукції без серйозної зміни її технічних характеристик;
- створення фірмового стилю, що охоплює всі сфери діяльності сучасної корпорації;
- рішення експозицій.

За останні півстоліття практика дизайну зазнала безліч змін: робота індивідуальних художників в більшості випадків змінилася роботою цілих колективів або відділів дизайну в системі фірми або незалежних дизайн-фірм.

Практика перебудувалася повністю - в дизайнерських відділах і фірмах виникають нові види робіт художників, відбувається поділ праці всередині проектування. Проект організації навчання по телебаченню, проект комплексного процесу переробки м'ясних продуктів, програма урбанізації для країн, що розвиваються Африки, нарешті, художня обробка кандидатів на виборах - все це в наші дні на Заході називається дизайном або іон-дизайном і виконується професійними дизайнерами. Фактично, зараз неможливо знайти область соціальної практики розвинених капіталістичних країн, в якій не брали б вельми діяльної участі професійні художники-проектувальники, дизайнери.

Сьгоднішній дизайн висловлює модерністські стилістики - мінімалізм, пуризм, хайтек, індастріал - будучи, з одного боку, квінтесенцією історичної новизни, втіленням ідей простоти і демократичності, з іншого - залишаються при цьому досить екстравагантними і естетськими.

2. Сучасні стилі в дизайні

Пуризм - стильова течія, ратує за чистоту і простоту форм, - мінімалістичний і функціональний.

Хайтек - є блискуче виконаної формою мінімалістськи строгих і функціонально доцільних речей.

Мінімалізм - ідейна формула чистоти, досконалості і комфорту модерністського інтер'єру. Тільки сучасні технології можуть забезпечити бездоганність виконання предметів меблів мінімалістського толку. Часто мінімалізм вибирають для оформлення інтер'єру через обмеженість простору. Такі японські інтер'єри, дали чимало уроків дизайнерам. Однак не завжди легко сказати: функція слід формі або форма підпорядковується функції. У своєму граничному втіленні стерильний мінімалізм в кінцевому рахунку незручний, бездушний і мало для кого психологічно комфортний. Тому його сучасні версії сміливіше використовують колір, експериментують у пошуках нових засобів художньої виразності.

У число сучасних стильових течій варто включити, безсумнівно, постмодернізм в тих його варіаціях, де, протиставляючи себе модернізму, він все таки несе риси:

- високій технологічності;
- стрімкості;
- простоти формоутворення.

Узагальнено сучасні меблі так і позначається словом «*contemporary*», що в перекладі з англійської мови означає сучасний. Такі меблі - масовий стандарт багатьох десятиліть, широко поширена завдяки її доступності та нейтральності, що цілком відповідає смакам багатьох людей. Основний девіз цієї меблів простий і зрозумілий - зручність, простота, функціональність, доступність. Проста і невибаглива, ці меблі всім нам знайома по недавнього минулого - стінки, вбудовані стелажі, полиці, шафи. Сучасні меблі зазвичай буває модульної, легко трансформується, вписується в типові стандарти житла масової забудови.

В системі сучасного елітарного мистецтва все більшого значення набуває напрям, який фактично ототожнює власне мистецтво з мистецтвом композиції, - так зване «*art visuelle*», візуальне мистецтво. Це вже безпосередня лабораторія нових засобів і методів організації зорового враження, організації цілісної візуальної системи за допомогою спеціально створених для конкретної задачі або конкретної ситуації засобів і прийомів.

Сучасний поп-арт, що створює все нові композиції з використанням оптичних ілюзій, виробляє засоби руйнування кордонів між площиною і простором, між предметом і простором; знищує внутрішню структуру самого предмета, перетворюючи його лише в елемент загального зорового враження.

Сьогодні дизайнер повинен враховувати безліч факторів і умов в свою нелегку діяльність:

- задоволення будь-яких запитів споживачів;
- самовираження внутрішньо вільного художника;
- філософія управління;
- ліквідація хаосу форм;
- розвиток суспільства і т. Д.

Всі ці фактори враховувати досить складно, тому сьогодні існують відділи дизайну на промислових підприємствах остільки, оскільки вони вирішують необхідні для підприємств завдання.

Якщо перегортати професійні журнали, то може легко скластися враження, що все змішалось в дизайні. Однак це не так: багато змішалось в свідомості дизайнерів, але дизайн як служба чітко і наполегливо прогресує, змінюючи структуру, перебудовуючи завдання, захоплюючи нові сфери впливу.

ТЕМА 1.5 ВИДИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

1. Основні напрями сучасного дизайну

Види сучасного дизайну:

2. Анімаційний дизайн
3. Архітектурний дизайн
4. Веб дизайн
5. Графічний дизайн
6. Дизайн міського середовища
7. Дизайн інтер'єра
8. Дизайн церемоній
9. Звуковий дизайн
10. Інформаційний дизайн
11. Книжковий дизайн
12. Ландшафтний та фіто дизайн
13. Поліграфічний дизайн
14. Проектування взаємодії
15. Проектування програмного забезпечення
16. Промисловий дизайн
17. Світловий дизайн
18. Транспортний дизайн
19. Футуродизайн
20. Екодизайн
21. Дизайн одягу

Дизайн як явище, що постійно розвивається і враховує зміни навколишньої дійсності, економічні та технологічні можливості, моду і ін., Сьогодні застосовується повсюдно. Тому розділимо його на види за сферами застосування. Тобто вид дизайну можна позначити як підрозділ, що входить до складу поняття загального дизайну, яке формує простір і загальне середовище.

Нижче ми докладніше розглянемо види дизайну - кожен окремо. На сьогоднішній день існує дизайн:

- архітектурний;
- інтер'єру;
- промисловий;
- рекламний;
- друкарський;
- ландшафтний;
- виставковий;
- веб-дизайн (комп'ютерний).

Кожен вид має свої особливості, підвиди, методи, правила побудови, але всі вони засновані на загальних правилах композиційної побудови, кольороподілу, гармонії та інших критеріїв, розглянутих нами в попередніх питаннях.

Природно, наведені види дизайну можуть змінюватися, доповнюватися. Скажімо, 50 років тому ми не могли б припустити появу веб-дизайну, оскільки не було глобальної світової системи.

2. Архітектурний дизайн

Архітектурний дизайн - специфічний ряд проектної діяльності, що об'єднав художньо - наочну творчість і науково обгрунтовану інженерну практику у сфері індустріального виробництва.

Архітектура - це мистецтво будувати завдання і комплекси, призначені для повсякденних запитів приватного і суспільного життя і діяльності людей. Будь-яке завдання містить в собі ядро - інтер'єр. Його характер, виражений у зовнішній формі, визначений призначенням, умовами життя, потребами в зручності, у просторі і волі руху.

Пов'язана в своєму розвитку постійно змінюваними матеріальними потребами людини, з розвитком науки і техніки, архітектура є однією з форм матеріальної культури і разом з тим одним з видів мистецтва. У художніх образах архітектори відображаються і лад громадського життя, і рівень духовного розвитку суспільства, і його естетичні ідеали. Архітектурний задум, його доцільність розкривається:

- в організації простору інтер'єру;
- групі архітектурних мас;
- пропорційних відносинах частин і цілого;
- ритмічному ладі.

Як жоден інший вид дизайну, дизайн архітектури постійно впливає своїми художніми і монументальними формами на середу і на живих людей. Співвідношення інтер'єру й обсягу будинку характеризує своєрідність художньої мови архітектури. Велике значення має художнє оформлення зовнішнього вигляду будівель. Дизайн архітектури відкриває людині своєрідність навколишньої природи. Завдяки архітектурі міста мають неповторне обличчя, історію, життя - вони оповідають про історію минулих поколінь. Різноманіття суспільних потреб людини народжує розмаїтість типів архітектури:

- житлової;
- суспільно-цивільної;
- промислової;
- приватної;
- клубної;
- театральної та ін.

Містобудування враховує характер місцевості, економіки, умови транспорту, розміщення населення. У періоди художнього підйому архітектура гармонічно розвивається в співдружності з іншими видами мистецтва. Скульптура, живопис, декоративні мистецтва втілюють у конкретних образах ідеї, закладені в спорудженні. І архітектура, і образотворче мистецтво збагачують один одного в цьому синтезі.

Архітектура як просторово організоване середовище в значній мірі формується за допомогою застосування кольору і форми. Але існують і вічні закони архітектури:

- порядок;
- простір;
- пропорції.

Сьогоднішні тенденції архітектурного дизайну зводяться до концепції італійського дизайнера Френка Ллойда Райта, основоположника поняття «органічна архітектура». Дослідники пишуть, що органічна архітектура є одним з найбільш потужних засобів повного звільнення людства, архітектурою, яка є продовженням природи. Всі образи і форми в ній черпаються з органічної природи.

Органічне проектування - проектування суто індивідуалістична: єдиним критерієм є внутрішнє свідчення істинності і індивідуального переживання певних умов - виявлення в конкретному приватному досвіді універсальності. У такому викладі концепція органічної архітектури фіксує світ життя, образ приватного життя. І тут спроба вивести універсальні методи творчості безглузда.

3. Дизайн інтер'єру

Дизайн інтер'єру - це вид декоративно-прикладного мистецтва, покликаний створювати внутрішнє оздоблення приміщення. Слово «інтер'єр» - від французького «*interieur*» - внутрішній простір будівлі або приміщення в будівлі: вестибюль, кімната, зал. Особливе місце займає планування інтер'єру - це розподіл кімнат за призначенням. Планування окремих кімнат «зонування» метражу за функціями. Ознакою хорошого планування є наявність:

- передпокої (коридору);
- кухні-їдальні;
- комори;
- дитячої кімнати;
- персональної кімнати;
- роздільних санвузлів.

Існує кілька умовно виділених видів планування.

Вільне планування - цей вид планування з'являється в разі проектування приміщення «з нуля» або при можливості капітальної перебудови, і залишає можливість рухати стіни, поглиблювати підлоги, змінювати висоту стелі. Цей вид планування ідеальний для польоту фантазії. Головний козир вільного планування полягає в тому, що вона дозволяє найбільш раціонально використовувати корисну площу приміщення - змінити (збільшити, зменшити) простір.

Універсальна планування - більш сміливе рішення для невеликих квартир. Цей вид передбачає собою універсальний інтер'єр з мобільними перегородками замість стін, з «розмитими» межами, умовно поділяють передпокій з вітальною і спальнею, вітальною з кухнею. В цьому випадку необхідно мати хорошу

систему кондиціонування або витяжку і відповідну трансформовану меблі. Неординарне рішення, наприклад квартира-студія - самий незвичайний варіант благоустрою житла. Квартира-студія, як і інші варіанти компоновки квартир такого виду, має основний центр (іноді два і більше), навколо якого і організується інтер'єр. Відправною точкою може бути будь-який предмет, що заслуговує на особливу увагу. Це можуть бути несуча або декоративна колона, стіл незвичайної форми. Елемент живої природи, величезний акваріум, тераріум або навіть предмет сантехніки - ванна, унітаз.

З часів розквіту інтер'єру кімната для гостей, іменована вітальні, призначалася для прийому важливих персон, ведення переговорів, обговорення важливих тем, проведення сімейних торжеств, ювілеїв. Ця кімната була найбільшою. Сучасна вітальня - це не тільки кімната для прийому гостей, а й місце відпочинку господарів. У нинішньому проектуванні житлових приміщень для Вітальні часто об'єднують обідню зону і зону відпочинку. Таким чином, вітальня виповняє функції загальної кімнати, місця для прийому гостей і кімнати відпочинку. Умовно розмежувати простір на зону відпочинку і обідню допоможе правильне застосування світового забарвлення.

Як і в будь-який іншій кімнаті, у вітальні повинен бути свій композиційний центр. Центром може бути один або група предметів, наприклад м'які меблі, журнальний, кавовий столик, телевізор, декоративний електричний або функціональний камін.

Дитяча кімната - сама універсальна з усіх кімнат, так як саме в ній дитина проводить більшу частину свого часу. Часто вона грає роль спальні, вітальні, іноді і їдальнею, ігровий, кімнати для виконання уроків. Одним з основних вимог при проектуванні дитячої є розташування її на південній стороні, там, де тривалий час знаходиться сонце. Універсальність і варіативність дитячої кімнати визначає і функціональний стиль інтер'єру - ігрова зона, навчальна, зона сну, і наскільки вдало буде розподілена площа цієї кімнати, настільки зручно буде дитині перебувати в ній.

Основою планування кухні прийнято вважати робочий трикутник, який складається з холодильника, раковини і плити. Ідеальним відстанню між сторонами цього трикутника вважається відстань від 3 до 6 метрів. Більша відстань приведе до даремної ходьби, а менше може створити тісноту в приміщенні.

Незважаючи на те що спальня є кімнатою пасивного відпочинку, в ній проходить третина життя, і від того, наскільки спокійно і комфортно пройде сон, залежать працездатність відпочив і його настрій, тому спальню, по можливості, необхідно ізолювати від інших приміщень квартири.

Ванна кімната - головне приміщення після сну, і від того, наскільки приємним стане її відвідування, залежить самопочуття людини. Вона повинна бути символом чистоти і свіжості. Тут важливу роль відіграють освітлення, хороша вентиляція. Меблі у ванній, незалежно від площі, повинна бути тільки найнеобхідніша - навісні легкі полиці для вмивання і банного приладдя, корзина для брудної білизни, пральна машина.

У дизайні інтер'єру особливу роль відіграє стиль меблів, декору приміщення. За ним можна визначити не тільки смак, рід діяльності, статус, імідж, захоплення мешканців, а й характер, менталітет, національність, а також кількість осіб, які проживають в будинку.

Основною тенденцією сьогоденного інтер'єрного дизайну є еkleктика. Дизайн теперішнього часу характеризується виділенням цієї області прикладного мистецтва в особливу діяльність, яка функціонує за своїми законами. Дослідники говорять, що майбутнє дизайну інтер'єру - за комплексними проектними структурами, що включають в себе професіоналів різних спеціальностей. На вітчизняному ринку тенденцією є поступове звикання замовників до самої ідеї дизайну і бажаність його застосування. Тут слід зазначити щорічне зростання числа фірм, що займаються інтер'єрним дизайном.

4. Промисловий дизайн

У загальносвітовій класифікації промисловий дизайн, власне, і є справжній дизайн, бо його головна задача - проектна підготовка масового виробництва промислових виробів. Промисловий дизайн-це творчий метод, процес і результат художньо-технічного проектування промислових виробів, їх комплексів і систем.

Промисловий дизайн включає в себе етапи діяльності інженерів-конструкторів (дизайнерів):

- формулювання пропозицій за формою виробів;
- моделювання;
- ескізування;
- креслення;
- виконання матеріальних моделей; дослідження і оцінка можливостей.

В даний час, коли промислові вироби в усі зростаючій мірі домінують в повсякденній практиці (особливо там, де навколишнє середовище створюється руками людини), з'явилася необхідність більш пильної аналізі процесів, що визначають форму виробів, для того щоб можна було проектувати наше довкілля максимально відповідає потребам людини. Дизайнер в промисловості чітко орієнтується на запити споживачів, і тому його робота підпорядкована певним набором бажань і властивостей майбутнього предмета.

Для виробів в цілому властивістю є структура, т. Е. Елементи виробу та їх взаємозалежність, а для кожного елемента - форма, матеріал, розміри, поверхня.

В результаті взаємодії споживача і дизайнера створюється модель процесу конструювання, яка охоплює кілька процесів:

- аналіз проблеми;
- основні функції виробу;
- підфункції і засоби;
- основна структура.

Фактори що впливають на проектування виробу:

- особистість конструктора (здібності, уяву, смак);
- підприємство (мета, умови роботи, економічні фактори);
- суспільство споживачів (фінансові можливості, норми, ресурси, потреба);
- виробничі (технологічний процес, навколишнє середовище);
- пов'язані з експлуатацією (організація виробництва); У продажу (упаковка, транспортування, ринок збуту).

Сьогодні промисловий дизайн зайняв провідне місце на ринку споживчих товарів, з'явившись в естетичній життєвій культурі любителів стильних речей. На промисловий дизайн особливий вплив роблять нові технології, предмети побуту, віяння поп-культури.

Промисловий дизайн може застосовуватися у всіх видах продукції, починаючи від автовиробництва, і закінчуючи виготовленням виробів для письма.

За офіційними даними на 2010 рік у Росії в сфері промислового дизайну зайнято 1,7-2 тис. Фахівців, з яких більшість (до 70%) працює при різних виробництвах, ще 25% в спеціалізованих студіях і ательє і не більше 5-7% - вільні художники.

5. Поняття ергономіки

Ергономіка - наука про правильне розташування предметів, що оточують людину по відношенню до пропорцій його тіла.

В основі цієї науки лежить гармонія людини і навколишнього середовища. Більшою мірою ергономіка, як і колір, відноситься до архітектури (інтер'єру і екстер'єру) і застосовується при проектуванні квартир, будинків, офісів. В інтер'єрі принцип гармонії простежується як в плануванні в цілому, так і в деталях зокрема, наприклад в забарвленні стін, підборі шпалер, кількості предметів меблів, співвідношенні великих і малих форм, висоті дзеркал, наявності світильників та ін.

Наприклад, в сучасній плануванні кухонь прийнято користуватися одним з шести варіантів:

- однорідне планування;
- дворядна;
- L - образна (кутова);
- U-подібна (замкнута);
- острівна;
- півострівна.

Зазвичай один з варіантів продиктований розташуванням стін, але в будь-якому випадку розглядаються вимоги ергономіки з урахуванням так званого робочого трикутника, який утворюють основні робочі зони - холодильник, раковина і плита.

Сьогодні існують навіть певні стандарти, які застосовуються при створенні і розміщенні обладнання в житлових приміщеннях.

Ергономічне якість обладнання як технічні частини системи «людина-техніка-середовище» (СЧТС) можна визначити як сукупність властивостей техніки, відповідних властивостей людини, що виявляється в процесі трудової діяльності.

Рівень ергономічної якості вказує на ступінь цієї відповідності, він встановлюється в ході ергономічної оцінки обладнання. Під обладнанням розуміється технічна частина СЧТС, призначена для взаємодії з людиною-оператором.

6. Ландшафтний дизайн

Як відомо, початок ландшафтного дизайну пов'язано з поданням раю на Землі, тому не згасає прагнення людини створити біля свого житла райський куточок. Кожен народ має своє уявлення про рай, залежне від релігійних течій і віянь, природних умов тієї чи іншої країни. І як би людина не називав свій будинок, починаючи з античних часів і закінчуючи сучасністю, замки, фортеці, палаци або котеджі - всі вони нерозривно пов'язані з природою.

Про красу древніх садів ми можемо судити за старовинними картинами і фрескам, які збереглися до нашого часу. Наприклад, розпис в садової кімнаті в будинку Лівії в Римі, виконана в I столітті до н.е., відображає ідеалізований образ райського місця. Зі зміною епох змінювалося і помилкове уявлення про красу. Сади не є винятком. Високий рівень садового мистецтва в античний період базувався виключно на розвинутій культурі садівництва Стародавнього Сходу, яка представляла собою одну з основ світової культури садового мистецтва взагалі. Стародавні римляни і греки використовували сад як житло настільки ж часто, як і сам будинок.

Готичне розуміння образності не дуже налаштувало на подальшому розвитку мистецтва саду. Характерною рисою просторового рішення готичних садів було їх геометричне розподіл на ділянки правильної форми.

Велике значення для розвитку садового мистецтва мала епоха Відродження. Виникли нові тенденції в розвитку думки; в прагненні особистості до свободи, до радощів життя. Змінилися і погляди на розуміння місця саду в житті людини. Сади не тільки стають природним компонентом чудових маєтків феодалів, а й займають значне місце в міських забудовах. Замість важкодоступних фортець починається будівництво замків. І обмежені по площі, обмежені середньовічні сади фортець тепер замінюються великими садами замків і парками.

Ренесансні сади нагадували «зелені кабінети», в яких можна було усамітнитися серед запашних рослин в красивій альтанці. Кожна така ділянка планувалася згідно єдиною, тільки йому призначеної темі. З'єднувалися такі «кабінети» декоративними переходами з алеями, сходами, арками та іншими садовими будівлями.

За часів бароко в садах стали модними скульптури, в тому числі сформовані із зелених рослин; стало більше уваги приділятися колірному рішення садового ландшафту. Цей період знаменний пишними формами,

багатим оздобленням і розкішшю. Одним з найголовніших вкладів в мистецтво саду періоду бароко є перехід саду в прилеглий ландшафт. Це досягалося або завдяки створенню спеціальних оглядових майданчиків з виглядом на відповідну ділянку, або фактичним злиттям саду з навколишнім ландшафтом шляхом влаштування алей, стежок.

Епоха класицизму в садових будівлях і плануванні відрізняється строгими геометричними формами і стриманістю. Потрібно відзначити, що зміна стилів не відбувалися стихійно. Стилi нагромаджувалися один на одного, поступово витісняючи більш старі віяння.

Особливо таке нагромадження стилів позначилося в ХІХ столітті, де стали переважати «уречевлення» і пристосування до того чи іншого стилю. Відмінною рисою архітектури даної епохи став стиль модерн. І лише коли Європою опанував дух англійського стилю садів і парків, сформувалося правильне ставлення людини до природи.

ХХ століття, особливо його кінець, відрізняється революційними перетвореннями в архітектурі будівель і ландшафтному дизайні. З'явилися нові, абсолютно фантастичні конструкції в садовій архітектурі. Домашній інтер'єр став наближатися до садового ландшафту; змістилися і стали менш помітними кордону, їх розділяють. Революційному зрушенню сприяла поява в будівництві нових сучасних технологій і матеріалів (пластмасові та алюмінієві профілі, різні види сучасної покрівлі та ін.). Тому в садах і присадибних парках наших сучасників можна зустріти будови найрізноманітніших форм і стилів.

Основне завдання при плануванні саду - об'єднати декоративну рослинність в просторовому, мистецькому та колоритному відношенні для створення зелених насаджень і барвистих композиційних ансамблів.

На відміну від інших мистецтв, мистецтву озеленення та ландшафтного дизайну присуши деякі специфічні особливості:

- предметом творчості є декоративні рослини в найрізноманітніших формах - дерева, чагарники, квітучі і декоративно-листяні трав'янисті рослини, якими дизайнер повинен користуватися як основними композиційними елементами;

- крім того. дизайнер повинен:

- враховувати особливості рельєфу як просторового елемента, склад і особливості ґрунту як середовища існування кореневих систем і елементів живлення для росту і розвитку декоративних рослин;

- розглядати камінь і дерево як матеріал для архітектурних і садово-паркових елементів;

- не забути про воду в спокійному і поточний стан;

- а також повітря як елемент глибини перспективи.

Така велика різноманітність композиційних елементів говорить про складність проектування і створення цілісних в художньому відношенні композицій. Специфіка мистецтва ландшафтного дизайну полягає також і в тому, що основним будівельним матеріалом при створенні тих чи інших ансамблів служать живі рослини, які в процесі росту і розвитку постійно змінюються. Саме тому тільки в руках вдумливого людини вони можуть

проявити всі свої декоративні особливості і провести максимальне естетичний вплив на глядача.

Художнє оформлення озеленюються територій зводиться:

- до підбору декоративних рослин за формою і колориту;
- побудови просторової перспективи;
- створення гри світла і тіні з урахуванням особливостей сезонів і окремих годин доби;
- участі основних мотивів і архітектурних форм в просторовому, об'ємному і колоритному оформленні садових просторів.

Визначальні фактори при плануванні саду:

- ґрунт;
- клімат;
- довкілля.

Чим більше вони будуть прийняті до уваги, тим гармонійніше впишеться сад в наявний ландшафт. Природні умови також відіграють важливу роль при виборі рослин для озеленення. Необхідно оцінити свої фінансові можливості з урахуванням змісту новоствореного ландшафту в подальшому.

Ландшафтний дизайнер використовує чотири основні принципи організації садової архітектури:

- застосування тривимірного простору;
- використання з вигодою застосовуваних матеріалів;
- розуміння людських потреб;
- облік місцевої фауни.

Великий відбиток на формування стилів наклали традиції і культура різних народів. Особливо часто архітектори вдавалися до східної архітектури, домінуючу роль в якій грали Китай і Японія. Японський бонсай - мистецтво вирощування рослин в судинах, і китайський ландшафтний фен-шуй використовувалися дизайнерами всіх часів і народів.

Фен-шуй (в перекладі з китайського - «вітер і вода») - це древнє китайське мистецтво жити в гармонії з природою. Його принципи були сформульовані близько 5 тис. Років тому і вплинули не тільки на китайську культуру, а й на культуру інших цивілізацій. Стародавні китайці вірили в те, що якщо жити в гармонії з землею, то життя буде довгим і щасливим. Відносини людини і природи завжди представляли для них першочерговий інтерес, і їхні сади ставали символічним відображенням природи. Але цим мистецтво фен-шуй не обмежується. Секрет цього мистецтва закладений в глибоких знаннях законів природи, які застосовують при формуванні ландшафтного ділянки. Відмінні риси фен-шуй:

- грамотне планування приміщень;
- планування садових ділянок;
- тісний взаємозв'язок їх розміщення і розташування відносно сторін світу;
- вибір форми щодо місцевості.

Тут знання законів природи допомагають максимально правильно використовувати їх при формуванні ландшафту.

В останні кілька років ці принципи стали поширюватися і в Росії. Все більше людей організують своє середовище відповідно до рекомендацій фен-шуй, покращуючи своє здоров'я і відзначаючи зміни на краще.

У садах передбачається вільна композиція в межах, обмежених садовою стіною.

Предмети, з точки зору китайців, символізують в саду присутність п'яти основних елементів (вогнь, земля, вода, дерево, метал):

- дерево - все рослини, всі предмети зеленого і синього кольору, дерев'яні меблі, дерев'яні огорожа, предмети витягнутої форми (стовпи, колони);

вогнь - зовнішні освітлювальні прилади, свічки і пахощі, жаровні, домашні тварини, статуї, всі предмети трикутної і пірамідальної форми, будови зі скошеним дахом;

- земля - кераміка, фаянс, фарфор, всі предмети з глини, мармуру, цегли, предмети жовтого і коричневого кольорів, пісок, каміння, кристали, галька, предмети квадратної і прямокутної форми;

- метал - металеві меблі, інші металеві предмети (мідні глечики, вази, ковані решітки), предмети білого і металевого кольорів, а також предмети напівкруглої, круглої, овальної або абочної форми;

- вода - все, що містить воду (ставок, струмок, фонтан), дзеркала, скло, предмети чорного і синього кольорів, хвилясті і вигнуті форми.

П'ять елементів можна комбінувати різними способами. Метою є досягнення рівноваги і гармонії. Фахівці ландшафтного дизайну, працюючи з цими п'ятьма елементами, створюють сади, які благотворно впливають на життєві сили людей, що живуть в будинку, створюють достаток позитивної енергії.

Серед елементів ландшафтного дизайну особлива увага приділяється входу на територію ділянки, так він відокремлює умовні зони. Переходячи цю межу, простий городянин стає господарем.

Тому ворота є символом його благополуччя і успішності. Добре, коли ворота виконані у вигляді арки, т. Е. Закруглені зверху. Арка символізує веселку - «небесну браму» і приносить удачу господареві ділянки. Точно такий же сенс мають арки, що розділяють окремі зони ділянки. Вони можуть бути кам'яними, - дерев'яними, металевими або у вигляді зелених насаджень. Все залежить від того, в якому секторі ділянки розташована арка. У південному секторі арка робиться дерев'яної, на південному заході - цегляної або кам'яної, а в західному секторі - бажано робити її з металу. Ворота або хвіртку роблять у всіх типах територіальних огорожень. Вони забезпечують доступ до ділянки. Висота воріт повинна відповідати висоті огорожі, ширина визначається їх призначенням. Хвіртки, розташовані за будинком і пов'язані з стежкою! що веде до ріки, не повинні бути занадто великими. Центральні ворота, особливо якщо вони ведуть до гаражу, повинна бути достатньої ширини, щоб міг проїхати автомобіль. Матеріали воріт повинні поєднуватися з матеріалами огорожі - або бути точно такими ж, або гармоніювати з ними. Зазвичай ворота краще виглядають, якщо вони зроблені з металу або дерева, так як ці два будівельних матеріалу добре гармонують з усіма іншими. Стиль воріт повинен

органічно вписуватися в загальний стиль ділянки. Паркани є менш міцними і масивними конструкціями. Вони витонченіше на вигляд, їх легше зводити, і тому вони частіше зустрічаються на дачних ділянках. Будь паркан складається:

- з прольотів (прогонів);
- опорних стовпів;
- воріт.

Іноді прольоти і опорні стовпи виконують із одного будівельного матеріалу; в інших випадках вдаються до комбінації поєднаних матеріалів. Зазвичай прольоти комбінованих заборів виготовляють із дерева або заліза, а опорні стовпи - з каменю, бетону або цегли.

Колір забору диктується стилем архітектурного ансамблю і переважаючим на ділянці кольором (кольором житлових будівель, господарських та декоративних споруд). Найпоширеніша, але не найкраща фарба для забору - зелена. З зеленим парканом погано поєднуються зелені насадження. Оптимальні огорожі, пофарбовані в світло-коричневий, жовтий і сірий кольори. Часто використовують і білу фарбу. Металеві огорожі краще фарбувати в чорний колір, використовуючи водостійку фарбу або чорний лак на основі бітуму. Навколо ділянки, особливо з боку вулиці, зазвичай зводять капітальні стіни, які, крім огорожувальної, виконують ще й вітрозахисну і шумоізолююча функції. Капітальна огорожа споруджується з міцних будматеріалів:

- цегла;
- бетонні блоки;
- камінь.

Висота огорожі повинна бути не менше 1,5 м. Зверху цегельних і кам'яних огорож зводять вінчають карнизи, які звисають над стінами і служать для відводу опадів. Як правило, вінчають карнизи виконують з тих же матеріалів, що і стіни. Масивні огорожі можна прикрасити арками і нішами для квітників. З внутрішньої сторони капітальних огорож часто прилаштовують ґрунтовні сидіння з того ж матеріалу, що і саме огорожу. Опорні стовпчики прикрашають кулями, вазонами і контейнерами з квітами або ж просто плитами, укладеними таким чином, щоб їх краї звисали з усіх боків стовпа.

Розміщення будинку на ділянці має дуже важливе значення. Фасад його повинен дивитися на південь, схід або південний схід, менш сприятливий напрямок фасаду - на південний захід або захід і небажано північне і північно-західний напрямки. Через вхід в будинок проникає добротна енергія, тому важливі його парадність і солідність.

Важливим атрибутом ділянки є садові будови і квітники. Квіти повинні мати різний відтінок, але їх теж слід розміщувати по зонам:

- червоні квіти в південному секторі саду приносять удачу;
- для заходу і північного заходу краще підходять білі і жовті кольори;
- на сході і південному сході доречні будь-які рослини, крім колючих насаджень, які можуть принести небажані (колючі) зміни.

Газон є основною і невід'ємною складовою в системі зелених насаджень незалежно від того, парк чи це, сквер або присадибну ділянку. Газон є тією основою, на тлі якої розгортається вся декоративна картина озеленення

ділянки. Газон - це спеціально влаштована, вирівняна площадка, засіяна різними низькорослими рослинами, що утворюють дерен, або сланкими. Зелень газону підкреслює красу і тональність окремих елементів саду - квітників, малих архітектурних форм, водойм. Він служить фоном для багатьох декоративних рослин. Також підтримує оптимальний рівень вологості у поверхні ґрунту, сприяє створенню на ділянці благотворного мікроклімату. Крім того, поглинає шум і затримує пил, а рівна і спокійна колірна гамма заспокоює очей. При правильному розміщенні квітників і деревно-чагарникових груп газон створює більш поглиблену перспективу і як би розширює межі ділянки.

Газони можуть бути різних видів, найбільш поширені:

- рулонний;
- засіяний.

Доріжках і їх напрямками, сходах і площадках різного розміру, розташованим в саду, надається велике значення. Для розчленованого простору вони служать важливим засобом оформлення. Горизонтальні елементи своїми розмірами і матеріалом покриття створюють неповторний вигляд саду, підкреслюють його стриману простоту. Це не тільки зручний і швидкий доступ в будь-які куточки саду, а й засіб створення перспективи. Доріжки допомагають розгорнути панораму і замкнути на собі сприйняття як усього саду в цілому, так і окремих сто частин.

Сьогодні неможливо точно визначити, де з'явилися перші альтанки та інші садові будівлі, призначені для відпочинку. Достеменно відомо, що в Стародавньому Єгипті будували дерев'яні альтанки багато століть до нашої ери. Невеликі, легені з розсувними дверима садові будиночки, що нагадують альтанки і навіси, вже багато століть будують в Китаї і Японії. Серед південних народів завжди були популярні навіси, альтанки, перголи, які допомагали сховатися від променів палючого сонця. Особливо популярні були такі споруди в країнах Середземномор'я, які знайшли своє відображення в грецьких портиках і римських колоннадах епохи Відродження. Альтанки без стін, що мають в плані форму квадрата або восьмикутника, вже багато століть будують в Англії і Нідерландах. Як правило, вони будуються на самому видному місці і були центром розкішного саду або парку, прикрашаючи його своїми формами і архітектурою. З Європи архітектура альтанок перекочувала до Америки разом з першими поселенцями. Не оминули; стороною альтанки і Росію, на яку мала великий вплив культура Франції та Англії. Практично жодна багата садиба не обходилась без садової альтанки, в якій проводили дозвілля наші знатні предки. Разом з альтанками широко застосовувалися деки, навіси, тераси, що примикають до будинку або побудовані на схилі пагорба і мають дощатий настил. Над цими спорудами працювали знамениті архітектори, створюючи воістину твори мистецтва. Альтанка - це перш за все місце для відпочинку. І місце в саду вибирають так, щоб її можна було використовувати в будь-яку погоду. У прохолодні дні найкраще місце для відпочинку то, яке розташоване на сонячній стороні і захищене від вітру. У спеку зазвичай намагаються відпочивати в тіні. Встановлюють альтанки, як правило, в тихій зоні саду або

присадибної парку серед зелені і квітів. Добре, коли альтанку закривають від панівних вітрів схил пагорба або крони дерев, а поруч обладнаний майданчик або невелика водойма. Оточувати альтанку можуть хвойний або кам'янистий сад, розарій або моносад, дикорослі і плодові чагарники. Для цього садівниками вирощуються спеціальні зелені зони, клумби безперервного цвітіння і навіть японські та китайські сади, що почали в останні роки входити в моду. В цьому випадку альтанку розміщують таким чином, щоб з боку входу був відкритий простір. Важливо, щоб в зону відпочинку не проникали сторонній шум, пил і вихлопні гази від проїжджаючих автомобілів. Тому від доріг загального користування альтанку відгороджують живоплотом, доповненої перголой з кучерявими рослинами. Єдиний ансамбль з альтанкою може становити брукована площадка круглої форми, обсаджена низкорослими рослинами, квітучими від весни до осені. Лісові співочі птахи зроблять відпочинок більш приємним. В даному варіанті доречні імітація під природні нагромадження каменів, грот, що веде до іншим смисловим зонам ділянки. Тут же можна побудувати басейн або інший невелика водойма. У цьому випадку, сидячи в альтанці, можна буде милуватися рослинами, відображенням неба в воді водойми і природою сусіднього лісу.

Вода в ландшафтному дизайні використовується з моменту його зародження. Адже вода - джерело життя, і ділянку без води втрачає чи не половину своїх принад. Природна водойма, якщо він є на ділянці, зазвичай стає центром композиції садового ландшафту. І альтанка, виконана в будь-якому стилі, чудово підходить до цього місця.

До альтанці, розташованій на височини, повинна вести зручна і безпечна сходи. Сходи - важливий елемент садового ландшафту і в значній мірі визначає вигляд всієї території. Коли сходи доповнена в потрібних місцях посадками різних рослин, ящиками з квітами і продуманим освітленням, вона відразу набуває декоративний вигляд.

Перголи - навіси з кучерявих рослин - декоративні конструкції, що складаються з рада металевих, кам'яних або дерев'яних арок, пов'язаних між собою зверху зазвичай дерев'яної латами. Спочатку перголи споруджували над виноградниками для підтримки лози і полегшення збору врожаю. В даний час основною функцією перголи вважається забезпечення пішохідного проходу між різними ділянками саду. Як правило, перголи влаштовують над доріжками і оформляють кучерявими рослинами. У композиції саду пергола - сполучна ланка, що підкреслює місце відпочинку і створює ефект самоти. Зазвичай перголи обсаджують диким виноградом, хмелем, жимолостю, древогубцем; на півдні - трояндами, гліцинією, культурним виноградом. Під каркас використовують сухі балки дуба або сосни, просочені прозорими антисептичними матеріалами, або оцинковані труби на бетонній основі. Вибір матеріалу для будівництва перголи обумовлюється загальним дизайном ділянки, обробкою будинку, науковістю доріжок. Конструкція повинна відрізнятися міцністю, так як під поривами сильного вітру в'юнкі рослини створюють велике навантаження. Форма може бути довільною, в тому числі округлої, веерообразной, хоча будівництво перголи такої форми вимагає

значних навичок і майстерності. В останні роки перголи отримують все більшу популярність як елементи композиції, що підкреслюють декоративність і природність тихих куточків саду.

Трельяжи представляють собою гратчасті стінки, обсажені декоративними кучерявими і лазять рослинами. Відбулися трельяжи від звичайних виноградних шпалер. В даний час основна їх функція - служити опорами для декоративних витких рослин. Їх прикріплюють до стін будівель або роблять у вигляді самостійного споруди, за допомогою якого можна обмежити будь-яку зону саду, закрити непривабливі споруди або виділити площадку. Трельяжи, як і перголи, можуть бути використані уздовж кордону саду або для відокремлення будь-якої частини ділянки. Якщо їх використовують як декоративний елемент саду, наприклад поруч із доріжкою, то найчастіше вони служать опорою для витких рослин. При влаштуванні трельяжів особливо важливий підбір декоративної рослинності, а не архітектура його конструкції; сам трельяж є лише опорою. При будівництві трельяжів найчастіше також використовують дерево. Перголи і трельяжі, з'єднані з будинком або розташовані поблизу нього, фарбують в один колір з будинком або окремою його частиною. Далеко від будівель віддають перевагу м'яким пастельним тонам (зеленому, бежевому, жовтому) або добре підібраним інтенсивним тонам (червоному, ліловому).

Ротонда (від лат. «Rotundus» - круглий) - це цілий павільйон, який має перекриття (купол) і, як правило, колонаду.

Бельведер (від іт. «Bello» - гарний, «veber» - дивитися) - спочатку означав надбудову над будинком (вишку), звідки відкривався гарний вид. Згодом бельведер - це окрема будівля на пагорбі, височини для милування навколишнім пейзажем. Загеометрії бельведер може бути будь-якої форми: круглий, шестикутний, квадратний. Наявність колонади - необов'язкове вимога, але в переважній кількості бельведерів колонада присутній. Бельведер, як правило, не має перекриття (купола).

Альтанка (Альтана) (від іт. «Alt» - високий). Спочатку - високої балкон, майданчик, виступ, звідки можна милуватися окрешуючим пейзажем. Альтанка завжди є частиною якої-небудь споруди, її архітектурною деталлю. Висловлюючись образно, це фрагмент Бельведер, який виступає у вигляді архітектурної деталі. Найбільш ефектно альтанка виглядає в тих місцях, де ділянку закінчується крутим спуском або обривом.

Три перерахованих останні види споруд зводяться, як правило, з бетону або штучного і натурального каменю, цегли, гіпсокартону (зі спеціальним покриттям). Останнім часом широкого поширення набувають полегшені конструкції для збірних ротонд (бельведерів, альтанок) з синтетичних матеріалів.

Ротонди, бельведери і альтанки з бетону здавна прикрашали парки храмів і дворянські садиби. Звичайно, на садовій ділянці бельведер як монументальна споруда навряд чи доцільний. Але зараз вже зовсім не в дивину замські будинки з великими парковими ділянками, на яких ротонда або бельведер може служити одним із затишних куточків відпочинку. Добре виглядає бельведер або

ротонда на березі водойми, тому не випадково міські набережні прикрашені цими фундаментальними спорудами.

Якщо сад розташований на пагорбі, альтернативою внутрішньому брукованому дворику неминуче стане дерев'яний поміє або груд. Така споруда здатна не тільки продовжити простір будинку, а й забудувати ділянку землі, не придатний для користування. Там, де ґрунт кам'янистий, де вона весь час сповзає або в сиру погоду перетворюється в брудну рідину, дерев'яний поміє - ідеальне рішення. Дерев'яний поміє, піднятий над землею, годиться не тільки для складного рельєфу. Так, наприклад, дек, піднятий на узвишші, за типом естради, стане в нагоді вам в саду в будь-який час року. Деком можна обнести вуличний басейн для купання, джакузі, будинок на деревах; грудня можна побудувати і як дитячий ігровий майданчик. Деку, як і внутрішньому дворику, ніколи не завадить декоративне оздоблення. Легкий навіс затулить від сонця в спеку, а стаціонарно побудовані лави, столи, обробні столики - відмінне рішення для літньої кухні.

Перила - ще одна корисна деталь поміє, що надає йому додаткову надійність.

Для різних людей сади мають різне значення, оскільки у кожного з нас свій погляд на світ. Природно, ми обмежені фізичними умовами, наявністю грошей і потребами сім'ї. В саду має бути місце для того, щоб просто сісти і розслабитися, може бути, щоб якимось розважатися, щоб вирощувати овочі і, якщо у вас є діти, щоб можна було грати. Ландшафтні архітектори повинні передбачити місце і для таких звичайних речей, як білизняні мотузки, сміттєві баки і господарські приміщення. Стиль саду буде визначатися головним чином типом купленого будинку.

Професійні сучасні ландшафтні дизайнери виділяють найбільш поширені стилі в оформленні саду:

- англійська. Відмінна риса цього зеленого ландшафту - абсолютна симетричність. Одна його сторона є дзеркальним відображенням іншої. У наші дні вже не потрібно настільки строго дотримуватися канонів створення подібного саду, але як і раніше необхідно дотримуватися правильну геометричну планування '.

У цьому саду присутні стилізовані рослини, рівно пострижені живоплоти і газони, доріжки, що ведуть до альтанок, ряди дерев, гарні краєвиди і строгі ставки. В англійському саду ефект досягається за рахунок контрастів і рівноваги;

- «котедж» - цей стиль має спільні риси з англійським садом; в ньому до деякої міри присутній формальність. Однак в стилі «котедж» рослинам дозволяють рости, як їм заманеться, прибираючи гострі кути і підтримуючи враження деякої недбалості. Основним принципом цього стилю є простота. Часто поруч з великими листяними деревами тут саджають трави і овочі. Дуже характерні пахучі квіти і фруктові дерева;

- середземноморський - цей стиль популярний у всьому світі, особливо там, де літо сухе і спекотне, а зима тепла. У такому саду сонце і тінь існують в гармонії, тут багато місця. Дворові садки, приміські - для званої вечере

доповнені елементами: керамічною плиткою, горщиками. Тут можна іспользовать яскраві кольори, так як яскраве сонячне світло пом'якшує їх. Велику роль відіграють вічнозелені дерева, що дають світло взимку і тінь влітку. Для середземноморського ландшафту дуже важлива система зрошення;

- дзенський - це сад - диво простоти. В Японії такі сади вважаються місцем відпочинку, духовності і спокою. На Заході важко знайти справжній дзенський сад, але часто озеленювачі запозичують його елементи при створенні ландшафтів. Дзенський сад - це поєднання гальки (або кі) і каменів. Каміні утворюють острова в морі піску або гальки, акуратно розчесати граблями, що створює ефект хвиль. Рослини тут присутні в малих кількостях, їх часто підрізають, не дозволяючи розростатися. Важливу роль відіграє вода: невеликі витончені ставки й озерця вносять різноманітність в пейзаж. Струмочки і штучні водоспади створюють звуковий фон, заспокійливий і зміцнює душу;

- дворик - з'явився ще в епоху Стародавнього Риму і був особливо популярний в середньовічних монастирях. Він відділяється стінами від будинку або від володінь сусідів і дає відчуття відокремленості, що робить його ідеальним місцем для розваг на повітрі. Традиційний дворовий сад має форму квадрата або прямокутника. Але сьогодні фахівці в області ландшафтного дизайну допускають будь-яку форму. Стародавні римляни поряд з виноградною лозою, фруктами і овочами скрізь, куди вони приходили, саджали трави. Цю традицію в Середні століття продовжували ченці, і ще сьогодні збереглися багато хто з їхніх трав'яних садів. Такі сади не тільки декоративні, але і практичні - в них можна знайти велику різноманітність з'їсних і цілющих трав;

- більшість садів потрапляє в категорію змішаних. Тут можна зустріти суміш квітучих рослин, фруктових дерев, овочів і все те, що подобається власнику. Змішані сади можуть бути дуже привабливими, але якщо не скористатися допомогою фахівців ландшафтного будівництва, легко перейти грань, за якою цей тип саду буде справляти враження безладу і захаращеності;

- таємний - це такий стиль ландшафтного дизайну для саду, де ви можете побути в повній самоті, щоб розслабитися і помедитувати. Цей тип саду найбільш відповідає філософії фен-шуй

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2: ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В МАРКЕТИНГУ.

ТЕМА 2.1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

1. *Поняття дизайну.*

Дизайн - це конструювання речей, машин, інтер'єрів, засноване на принципах поєднання зручності, економічності і краси.

Дизайн (від англ. design, ит. disegno) - задум, проект. Термін, що позначає різні види проектної діяльності, що мають на меті формування естетичних і функціональних якостей навколишнього середовища.

Це слово породило і похідні поняття: «дизайнер» - художник-конструктор; «Дизайн-форма» - зовнішня форма предмета.

У різних культурах прийнято називати дизайнерську діяльність по-різному. «Disegno» з італійської - це план, намір, мета, креслення, ескіз, начерк, малюнок, візерунок, модель, шаблон, що лежить в основі схема, композиція.

У російській мові «дизайном» називають «декоративне мистецтво» або «технічну естетику». Термін «дизайн» з'явився в нашій країні недавно. До цього проектування речей називалось «художнім конструюванням», а теорія створення речей – «технічною естетикою».

Декоративне мистецтво - рід пластичних мистецтв, твори якого поряд з архітектурою художньо формують навколишнє матеріальне середовище людини і вносять в нього естетичний ідейно-образний початок.

- Воно включає:

- мистецтво для прикраси творів:

- архітектура;
- садово-паркове мистецтво (монументально-декоративне);
- створюють художні предмети для побуту;
- художньо оформляють свята, видовища, експозиції.

На відміну від виробничого станкового мистецтва, твори декоративного мистецтва найбільш повно розкривають свій зміст в ансамблі, для естетичної організації якого вони створені.

У 1959 році в якості міжнародного позначення слова «дизайн» був прийнятий термін «*industrial design*» - індустриальний дизайн. У зв'язку з бурхливим розвитком сучасних технологій поняття дизайну набуло більш широкий зміст. Сьогодні це цілий напрям, який застосовується у всіх областях сучасної діяльності людини.

Предмет дизайнерської діяльності - створення гармонійної, змістовної і виразної форми об'єкту, в якому відображається цілісне значення його споживної цінності.

Вихідною для дизайну є ідея:

- ✓ користь;
- ✓ краса;
- ✓ необхідність.

Метод дизайну - це творчий процес і результат художньо-технічного проектування промислових виробів, їх комплексів і систем, орієнтованого на досягнення якнайповнішої відповідності створюваних об'єктів і середовища, і потребам людини, як побутовим, так і естетичним.

Основний метод дизайну - художньо-образне моделювання об'єкту за допомогою композиційного формоутворення.

2. Стилі декоративного мистецтва

*Слово «стиль» походить від латинського «*stylos*», що означає стержень. У самому слові звучить якась впорядкованість, реалізована ідея, осмислений зміст. Виходить, що стиль - це *внутрішній стержень*, внутрішня сутність, з якої відбувається зовнішнє втілення.*

*Стосовно дизайну, стиль - це *точно просторове вирішення* всього, що оточує людину, *відповідне зовнішньому вигляду споруди, інтер'єру*. Стилістично єдиним з інтер'єром повинен бути і предметний світ - від меблів і світильників до текстилю та посуду.*

Основні стилі остаточно склалися ще в минулому. Вважається, що сучасник живе в еkleктичному світі постмодернізму (ері сучасного дизайну) і нічого принципово нового придумати неможливо. Однак це не зовсім так.

Еkleктика, яку прийнято було ще зовсім недавно вважати занепадом, зараз розглядається як природний і закономірний процес розвитку стилю, при якому відбувається розширення його меж, розробляються нові принципи, приймаються нові критерії і визрівають нові підходи. Еkleктика може бути хаотичною і потворною, а може бути цілісною і стильною. Нинішнє мистецтво конструювати і постмодерн, як провідний стилістичний напрямок, на думку теоретиків архітектури, увійшли в свою останню стадію, і стилістичні відкриття тільки попереду.

На розвиток дизайну, безумовно, впливало розвиток культури і мистецтва. Елементи, які використовуються в сучасному дизайні, беруть свій початок в стилях минулих епох. Сьогоднішній дизайн не зміг би знайти ту форму, яка нам знайома, без впливу стилів, сформованих в мистецтві в минулому.

І щоб зрозуміти сучасний дизайн, побудову, гармонію, стилістичну однорідність, необхідно звернутися до історії декоративного мистецтва.

Будь-яка спроба охарактеризувати стилі умовна і складна, оскільки стиль перевіряється часом. Проте це важливо. Спробуємо дати необхідні орієнтири.

Види стилів:

- ✓ історичні;
- ✓ етнічні;
- ✓ сучасні.

Вони, в свою чергу, складаються з безлічі відгалужень, відповідних географічним, соціальним, смаковим і іншим факторам.

*У дизайні виділяються не тільки історичні, а й географічні стилі. Прикладом такого стилю є *етніка*.*

На всіх континентах етнічні стилі в чистому вигляді використовують в інтер'єрних традиціях, зразках меблів і аксесуарах, що втілюють національні культурні особливості. Етніка як прийом в проектуванні інтер'єру часто використовується фрагментарно; в оформлення вносяться екзотичні елементи для створення настрою або надання більшої виразності.

Особливо популярний етностиль - *японський*, з його бездоганними колірними поєднаннями і лаконічними формами.

Це мінімалістський стиль, в якому ніщо не перевантажує увагу; простір структурований спокійний і виразний. У країні з високою щільністю населення традиційно ошадливе ставлення до простору зумовило побутові традиції з кімнатами без меблів, службовими приміщеннями вдень, а вночі спальнею. У японські інтер'єри включаються традиційні японські мотиви, орнаменти; посуд для чайної церемонії, для традиційних рибних блюде; шкатулки, скульптури, прикрашені елементами, що повторюють лінії японських пагод. Японський стиль асоціюється з ієрогліфами, квітами, переважно в світлій гаммі: відтінки бежевого, білий, кремовий, молочний. Стримані світлі тони характерні і для японських меблів. Також вельми поширені розсувні стіни, ширми, бамбукові меблі.

Досить популярний сьогодні і *африканський стиль* - найбільш екзотичний.

Меблі - дерев'яні, прикрашені різьбленням, ковані з заліза або плетені з ротанга. Пол прикрашається вовняним килимом з традиційним африканським малюнком. Важливий акцент - виготовлені вручну традиційні вироби художніх ремесел: дерев'яні блюда для фруктів, екзотичні скульптури, маски, стилізовані ліхтарики. Характерні розпису в стилі наївного африканського мистецтва присутні на предметах, текстилі і оббивці - на лляних наволочках з вишитими фігурками жирафів і тигрів, дерев'яних вазах, блюдах з африканського каменю. У стилізації африканського інтер'єру використовуються імітації хутра диких тварин.

В оформленні замських котеджів, та й міських квартир нерідко зустрічається *скандинавський стиль*, популярний далеко за межами Швеції завдяки мережі магазинів ІКЕА.

Це стиль без витівок: дощаті підлоги з світлого дерева, світлі стіни, прості дерев'яні меблі. Підкреслюється природна фактура меблів; фарби для підлоги і меблів, якщо і застосовуються, то теж світлих натуральних тонів: сіруваті, бежеві, блакитні, зелені. Традиційно скандинавські дизайнери прагнули до демократичності і лаконізму інтер'єрів. Прості і зручні дерев'яні фінські будиночки можна зустріти в багатьох країнах Європи. Декор житла - прості лляні та бавовняні тканини в клітку або смужку чистих світлих тонів.

Люди, більш послідовні у своєму захопленні художньою культурою будь-якої країни, прагнуть створити інтер'єри, повністю витримані в етнічному дусі. Як варіант данини подібного захопленню практикується оформлення, наприклад, одній з кімнат в національному стилі: японською або африканському.

3. Роль дизайнерських шкіл.

Розвитку сучасних напрямків дизайну сприяли з'явилися дизайнерські школи. У них розроблялися головні принципи дизайнерського мистецтва - функціоналізму, конструктивізму, а також готувалися перші професійні дизайнери. Незважаючи на те що перша дизайнерська контора з'явилася в США на початку ХХ століття. Провідними стали:

- Баухауз - в Німеччині (1919-1933 рр.);

- Вхутемас (розшифровується як Вищі художньо-технічні майстерні) - в СРСР (1922-1930 рр.). Модернізм витісняється раціоналізмом, в 1907 році з'являється кубізм. Після Першої світової війни відбувся перехід до більш суворого, утилітарного дизайну, для якого характерне використання нових матеріалів - сталевих труб, гнуто- виклейної деревини.

Баухауз - німецька експериментальна школа-майстерня, перший навчальний заклад, покликаний готувати художників для роботи в промисловості, була заснована в 1919 році. Німецька експериментальна школа-майстерня Баухауз об'єднала в своїх стінах архітекторів, дизайнерів, художників. Метою їхньої творчості стала пропаганда нової естетики житла. Найбільші майстри Баухауза - Вальтер Гропіус, Людвіг Міс ван дер Рое, Марсель Брейер, - емігрувавши в 1930-і роки з фашистської Німеччини в США, внесли великий вклад в розвиток дизайну в Америці. До цього часу там уже панував інтернаціональний стиль.

У меблях цього стилю традиції мали більше значення, ніж декор. Головна роль в інтер'єрі відводилася пересувний м'яких меблів, яка проектувалася відповідно до форми і розмірів приміщення. Лише деякі дизайнери могли виразити себе в цьому аскетичному стилі.

Архітектор Міс ван дер Рое проявив свій талант проектувальника меблів до еміграції. Створені ним в 1927 році на строго математичній основі стілець, крісло і стіл виконані з металевих трубок. Моделі мали артикул «MR» відповідно до ініціалами автора. Консольне крісло «MR 534», відоме як «Weissenhof», наочно втілює художній ідеал автора - підпорядкування форми функціональному призначенню предмета при повній відсутності декору. Створені Міс ван дер Рое моделі увійшли в колекцію класичних зразків меблів ХХ століття.

Майстерня Баухауз об'єднала в своїх стінах архітекторів, дизайнерів, художників, які своєю творчістю позначили ряд правил Баухауз. Основні принципи школи Баухауз:

- реорганізація ремесла на промисловій основі;
- створення ідеальних зразків для промислового виробництва;
- боротьба з прикрасами і орнаментациєю.

Протягом короткого часу Баухауз став справжнім центром в області дизайну. Початок діяльності відбувалося під впливом утопічних ідей про можливість перебудови суспільства шляхом створення гармонійного предметного середовища. Вироби Баухауз несли на собі суттєвий відбиток живопису, графіки і скульптури 1920-х років.

У Росії питання про створення предметного середовища, що відповідає новим ідеалам, і впровадженні художньої творчості у виробництво був поставлений в загальнодержавному масштабі вже в 1918 році. Постановою Раднаркому, опублікованим 25 грудня 1920 року, були створені Вищі художньо-технічні майстерні (Вхутемас).

Це повинно було бути спеціальний вищий навчальний заклад, що має на меті підготовку «художників-майстрів вищої кваліфікації для промисловості». Утворився Вхутемас в результаті злиття Строгановського училища і училища живопису, скульптури та архітектури. У 1926 році Вхутемас був перетворений в інститут, який проіснував до 1930 року.

При цих інститутах працювали науково-дослідні лабораторії, які намагалися домогтися дійсно наукового обґрунтованого викладання і дослідження природно-художніх дисциплін.

Архітектори, що входять до складу Вхутемаса, вважали, що стару культуру треба повністю зруйнувати і на її руїнах побудувати абсолютно нову, колективістську культуру комуні. Одними з найцікавіших представників цього нового течії в мистецтві були В. Татлін, А. Родченко, Л. Попова.

Дизайнери домоглися свого. В кінці 1930-х років дизайн став проникати і в область культурно-побутових виробів - художники брали участь у проектуванні.

- першого радянського дискового телефону;
- радіоприймача і освітлювальної апаратури;
- меблів.

ТЕМА 2.2 КОМПОЗИЦІЯ: ОСНОВИ, ПРИНЦИПИ ТА МАТЕМАТИЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ

1. *Поняття композиції.*

Слово «композиція» походить від латинського «composition», що означає твір, складання, зв'язок, зіставлення. Композиція - найважливіший засіб створення художньої форми в мистецтві, без якого не можуть бути виражені зміст твору, сенс художньої форми.

Композиція розуміється як процес побудови - на основі композиційних принципів і за допомогою композиційних засобів як об'єкт сприйняття - з точки зору психофізіологічних особливостей сприйняття і як результат процесу побудови, т. Е. Як завершене художнє ціле. Композицією також називають предмет, який навчає законам побудови художнього твору. Всі ці значення присутні в сучасному розумінні композиції, оскільки якщо мова йде про композицію, то завжди мається на увазі певна цілісність, наявність складної будови, що містить суперечності, наведені до гармонійної єдності завдяки системі зв'язків між елементами. Композиція художнього твору має різні аспекти. в силу яких вона повинна розглядатися:

- як розвиток і втілення ідейно-художнього задуму в сюжеті і в художньо-образному рішенні;
- як система відносин усіх елементів форми, в якій матеріалізується задум;
- з точки зору впливу художнього цілого на соціально функціонуючу особистість.

У композиційній побудові знаходять своє відображення основні фізичні закони природи:

- одним з основоположних законів природи, що грає важливу роль в формоутворенні органічної і неорганічної матерії, а також виявляється у всіх областях людської діяльності, є закон гравітації. Він проявляється у всьому, починаючи з розташування і руху планет і закінчуючи будовою тіла комахи. Закон гравітації, т. Е. Всесвітнього тяжіння, пояснює і визначає:

- симетричність в будові живих організмів;
- роль вертикалі, горизонталі та діагоналі в композиції;
- інший закон, який має настільки ж загальне значення, - це закон поширення світла в природі, закон оптики. Завдяки пристрою мозку і органів сприйняття ми бачимо світло, розрізняємо кольору, форми предметів і сприймаємо їх просторово. Законами оптики і пристроєм нашого зорового апарату зумовлено сприйняття простору і впливає звідси відкриття законів перспективи, важливого композиційного засобу. Зорове сприйняття в поєднанні зі здатністю дотику дозволяє сприймати форми як об'ємно-просторові структури, що також знаходить відображення в мистецтві, в моделюванні об'ємно-просторових форм;

- можна припустити, що і такі закони фізики і хімії, як закон збереження маси, закон еквівалентів, закон сталості пропорцій, - в тій чи іншій формі відображаються в мистецтві, зокрема в композиційному побудові;

- останній і важливий закон - «закон економії», за яким природа завжди шукає найкоротші шляхи і вибирає економні рішення (в результаті процесу еволюції, природного добору). Цей закон проявляється в будові біологічних форм макросвіту і мікросвіту. Це прості форми, спіраль; куля; багатогранник; труба; дерево; зірка.

Найважливіші принципи композиції:

- доцільності;
- єдності складного (цілісність твору);
- доміанти (наявність головного, провідного початку);
- підпорядкування частин в цілому;
- динамізму (рух - основа життя і мистецтва);
- рівноваги, врівноваженості частин цілого;
- гармонії (гармонійну єдність елементів форми між собою і єдність форми і змісту в композиції на основі діалектичної єдності протилежностей).

Всі ці принципи є наслідком природних, об'єктивно існуючих факторів, з особливостей сприйняття людиною реально існуючої дійсності і з соціально-біологічної потреби в пізнанні, в мистецтві як в способі освоєння світу і як формі суспільної свідомості.

У цілісному творі дизайнерів ми можемо визначити композицію за художніми ознаками побудови, які в обов'язковому порядку мають структурністю, складністю внутрішньої будови твору. Композиційна побудова відрізняє наявність частин, пов'язаних один з одним системою відносин.

Складне ціле складається з нерівноцінних за змістом та значенням частин. У ньому завжди можна виділити головне і другорядне, центр і периферію. Навіть в орнаментальних композиціях при відсутності організаційного центру композиції можна виділити головний мотив і супроводжуючі його підлеглі мотиви. Підпорядкованість частин - так можна визначити цю ознаку.

Єдність і цілісність - найважливіша ознака композиції. У закінченій композиції все взаємопов'язане і все підпорядковано єдиній меті - ідеї, художнім задумом. Ця зв'язаність проявляється і в сюжетно-образному рішенні твору, і в гармонійній впорядкованості його форми. В єдності змісту і форми.

Гармонія цілого - необхідна умова композиційної побудови. Гармонія - важлива ознака. Будь-який художній твір являє собою боротьбу протилежних начал. Це проявляється і в сюжеті - в протиставленні характерів, ситуацій, і в формальному вирішенні - у відносинах предметів і простору, в колірних відносинах.

Завданням композиційної побудови твору є розподіл матеріалу майбутнього твору таким чином, в такій послідовності і в такій взаємозв'язку частин твору і всіх елементів художньої форми, щоб найкращим чином виявити сенс і призначення твору і створити виразну і гармонійну художню форму. Композиція є одночасно і категорією змісту (так як виявляє сенс), і категорією форми (так як гармонізує форму). Таким чином, через композицію здійснюється нерозривну єдність змісту і форми.

Форма і зміст органічно злиті в кінцевому результаті, т. Е. В художньому творі. Але, розділяючи ці поняття, протиставляючи їх один одному, ми маємо можливість виокремити формальні ознаки художньої форми і виявити засоби, за допомогою яких будується форма. Сюди входять матеріал і композиційні засоби.

В залежності від особливостей будови форми розрізняють три основних види композиції:

- фронтальну;
- об'ємну;
- просторову.

Виділення їх в якійсь мірі умовно, так як часто всі вони поєднуються і однієї. У таких випадках фронтальна і об'ємна композиції входять до складу просторової. Але і сама об'ємна композиція часто складається з ряду замкнутих фронтальних поверхонь і в той же час завжди є невіддільною частиною просторового середовища, перебуваючи з нею у взаємодії.

Відмітною ознакою фронтальної композиції є розподіл елементів форми по відношенню до глядача, головним чином в двох напрямках: вертикальному і горизонтальному. Така композиція плоскою або слабо розчленованої поверхні, розташованої фронтально до головної точки зору. Прикладом фронтальній композиції служать фасади будівель, а також різні верстати, ширина яких незначна.

Об'ємна композиція являє собою форму, розвинену по всім трьом просторовим координатам, що має відносно замкнуту поверхню і сприймається з усіх сторін. Об'ємними є форми, в яких всі три виміри щодо рівноцінні. Виразність і ясність сприйняття об'ємних композицій залежать від ряду умов: від виду поверхні, що утворює форму; від положення (відстані) і повороту (ракурсу) форми щодо глядача. Об'ємна композиція завжди взаємодіє з навколишнім простором. Середовище може підвищувати або знижувати виразність однієї і тієї ж композиції.

Глибинно-просторова композиція складається з матеріальних елементів (поверхонь, об'ємів) і простору, інтервалів між ними.

Існують норми віднесення композицій до глибинно-просторовим в залежності від показників ширини і глибини, а також від співвідношення висоти і глибини. Відчуття глибини посилюється, коли в композицію включаються елементи, розчленовані простір на радий послідовних планів. Цей прийом часто використовується в композиції театральних декорацій, наприклад за допомогою лаштунків і ширм. Незважаючи на те що поділ композицій на види умовно і багато в чому залежить від форми дизайнерського продукту, будь-яка з композицій володіє певними принципами.

2. Поняття пропорції та симетрії

Починаючи з давніх-давен люди намагалися знайти гармонійне співвідношення і пояснити гармонію математично. У Стародавній Греції в епоху класики виник радий навчань про гармонію. Вчені намагалися

математично обґрунтувати ідею єдності світу; стверджували, що в основі світобудови лежать симетричні геометричні форми. Про використання пропорції в мистецтві Леонардо да Вінчі писав в своєму трактаті про живопис: «Живописець втілює в формі пропорції ті ж криються в природі закономірності, які у формі числового закону пізнає вчений». Пропорційність, відповідність частин цілого є найважливішою умовою гармонії цілого і може бути виражена математично за допомогою пропорцій.

Пропорційні відносини повинні існувати не тільки між окремими частинами цілого, але і між предметами, що становлять групи об'єктів, пов'язаних єдиним стилем, функціональним завданням, наприклад між об'єктами, що входять в систему фірмового стилю.

Симетрія, як і пропорція, шанувалася необхідною умовою гармонії і краси. Симетрія заснована на подоби; означає співвідношення між елементами і фігурами, які повторюють і врівноважують один одного. У математиці під симетрією мається на увазі поєднання частин фігури при переміщенні її щодо осі або центру симетрії.

У художньому творі зміст розкривається за допомогою художньо-образного вирішення теми і композиційного його побудови за допомогою засобів гармонізації.

Метод, який лежить в основі цього процесу, - протиставлення і об'єднання пов'язаних між собою за змістом і за формальними ознаками елементів форми з метою досягнення єдності цілого. Тому використовуються кошти і прийоми призначені для цієї мети, т. Е. Здатні порівнювати зіставляти, зближувати, уподібнювати, об'єднувати, роз'єднувати врівноважуючи і приводячи цілісності.

І композиційне ціле слід розглядати як систему від відносин, де взаємопов'язані і взаємозалежні елементи, перебуваючи в протиріччі, одночасно знаходяться в гармонійно урівноваженому стані. Визначали моментами цієї системи є врівноваженість і взаємопов'язаність.

До засобів гармонізації художньої форми відносяться:

- симетрія і асиметрія - характеризуються місцем розташування елементів відносно осі або центру обертання. Завдяки симетрії фіксуються права і ліва частини образотворчого цілого, акцентується центр і уявна вісь. Симетрія увазі рівноцінність, рівновеликість. Завдяки симетрії композиція набуває стійкість, рівновагу. Симетрія означає спорідненість, схожість, але може служити засобом протиставлення (симетричне зображення контрастне по тону або кольору, протиставлення двох контрастних фігур) в психологічному плані. Симетрія надає зображенню статичність. Асиметрія її порушує, зберігаючи проте, орієнтацію щодо осі, хоча при цьому і відхиляється від неї. Асиметрія несе динамічний початок;

- розмірні відносини між частинами цілого і між частинами і цілим. Сюди відносяться:

- тотожність;
- пропорції;
- модуль;

- масштаб.

Завдяки їм частини цілого сумірні між собою і з цілим тотожністю. Частини або елементи художнього цілого, пов'язані між собою пропорційними відносинами, єдиним модулем або масштабом, набувають відповідність, і тим самим гармонізує форму;

- нюанс і контраст - вказують на ступінь і характер відмінності між частинами і елементами твору. Нюансні носіння, зближені за формою, тону, кольору, фактурі, обсягу, розміру, - збагачують форму грою відтінків і деталей. Контрастні ж відносини, протиставляючи основні елементи, що характеризують форму, є рушійним стимулом розвитку форми;

- метр і ритм - характеризують рух.

Метр - найпростіше повторення одного і того ж елемента. Метр і ритм в основі своїй мають симетрію. Але ритм, на відміну від метра, будується на чергуванні різних, але повторюваних елементів. Ускладнюючи, він пориває з симетрією (наприклад, складний ритм живописної картини), супроводжуючи свавільний малюнок руху, змінюючи його характер, темп, напрямом. Ритм може мати і регулярний характер (наприклад, в орнаменті). Але завжди він вносить організуючий початок в хаотичний рух, і без нього немислима гармонія.

Всі чотири групи пов'язані між собою, проникають одна в одну і доповнюють один одного, Так, наприклад, в тотожність, в метрі і ритмі присутній симетрія. Ритм пронизує пропорції; для ритму характерні і контраст, і нюанс, так як ритмічне рух включає в себе чергування контрастують і нюансних елементів.

3. Композиційні принципи та зорове сприйняття

Принцип доцільності полягає в тому, що авторський задум і весь лад твору припускають наявність мети, ідеї, сенсу, художнього завдання, що і визначає в кінцевому рахунку розвиток змісту твору і направляє процес переробки матеріалу в художню форму.

Принцип єдності - основний принцип, що забезпечує цілісність твору. Завдяки цьому принципу складне виглядає як чіткий ціле. Композиція виступає як система внутрішніх зв'язків, що об'єднує всі компоненти форми н змісту в єдине ціле.

Внутрішнє організуючий початок в композиції з першого і і л отрути виявляється завдяки наявності принципу домінанти - смислового центру, де зав'язується основна дія, виникають основні зв'язку. З домінанти починається сприйняття твору; вона як би точка відліку, емоційно-смісловий і структурний центр. Смісловий центр сподівається збігається із зоровим центром, т. Е. Розташовується в центральній зоні картинного поля. Характеристики домінанти (більш приглушеному звучанні повторюються в окремих дріботячи) форми, пов'язуючи їх між собою. Розенблум так визначає домінанту: «Домінанта - переважний наскрізний компонент теми, що визначає необхідну відповідність обираються художником формальних прийомів особливостям зорове сприйняття».

Як уже неодноразово говорилося, в художньому творі всі частини пов'язані між собою і з цілим. Ціле являє собою сукупність пов'язаних між собою частин, де підпорядкованість частин один одному цілком очевидна. Щоб ціле було сприйнято, необхідна певна послідовність в сприйнятті частин. Ця послідовність забезпечується завдяки угрупованню родинних або контрастувє елементів. Частини цілого складають групи, пов'язані один з одним за ознаками подібності або за контрастом. Той же принцип повторюється і всередині кожної з груп; виникає ритм пронизливий наскрізь все твір. Всі ці групи перегукуються між собою всіма своїми елементами так, що ціле повторюється в його частинах, а частина - в цілому. Завдяки угрупованню елементів і частин відбувається послідовно сприйняття частин цілого, і в той же час ціле сприймається одноразово і цільно.

Принцип динамізму лежить в основі сприйняття твору, Відомо, що рух в картині не присутня реально, сприймається свідомістю, будучи реакцією зорового апарату, рухом очей, викликаним тими чи іншими зоровими враженнями. Навіть якщо на картині зображені статичний стан, симетрична композиція, стійка ' , нерухома, в ній є рух, бо деталі, елементи художньої форми завжди виражають рух.

Їх колірні і тонові відносини, взаємодія ліній форм, контрасти, напруженість викликають сильні зорові імпульси, а отже, відчуття руху, життя.

Композиційні прийоми мають здатність направляти посилювати це відчуття руху в картині, в зображенні. Композиційна побудова твору образотворчого мистецтва може бути представлено у вигляді схеми з ліній, що показують напрямок руху в картині - по діагоналі, по колу, променеве, S-образне. Рух в композиції має організований характер, ритмизованного.

Принцип рівноваги в картині - першорядне вимога композиційної побудови - означає розташування зображені зительно матеріалу навколо уявної осі симетрії таким чином, щоб права і ліва сторони перебували в рівновазі. Ця вимога до композиції сходить, як уже говорилося раніше, до всесвітнього закону тяжіння, який визначає психологічну установку в сприйнятті рівноваги.

Внесення гармонійного начала в композиційну побудову і в моделюванням форми означає не одне тільки дотримання кількісних відносин, які забезпечують відповідність, пропорційність, рівновагу. Гармонія здійснює зв'язок між усіма елементами твору - примирює протиріччя між формою і змістом, матеріалом і формою, предметом і простором та іншими елементами форми, зводячи все в єдине композиційне ціле.

4. Художні прийоми, засновані на законах зорового сприйняття

Художні прийоми композиції пов'язані з психофізичними сприйняттям людиною навколишнього світу. Зорове сприйняття починається з виділення загальних структурних особливостей об'єкта. В першу чергу сприймається відношення предметів і простору. Далі освоюються відносини між предметами, потім - між деталями предметів.

І створюється чітке уявлення про ціле. Ця особливість зорового сприйняття враховується при композиційному побудові твору з метою забезпечення впорядкованого його сприйняття.

Для композиційного розташування елементів має значення величина кута активного зору. Основні, важливі моменти змісту картини повинні потрапляти під кут активного зору (54' по горизонталі та 37' по вертикалі).

Композицією враховується також розташування зорового центру па картинній площині, який знаходиться трохи вище геометричного, що походить від психологічного сприйняття низу картини як важчого в порівнянні з верхом (в результаті дії сили земного тяжіння). Зорове сприйняття залежить від емоційних імпульсів, які виникають в очі, коли погляд ковзає по зображенню. Кожен поворот, зміна напрямків, ліній, їх перетин, пов'язаний з необхідністю долати інерцію руху, збудливо діють на зоровий апарат і викликають відповідну реакцію. Картина, де багато пересічних ліній і утворених ними кутів, викликає почуття занепокоєння, і, навпаки, там, де око спокійно ковзає по кривим або рух має хвилеподібний характер, віз пікає відчуття природності, умиротворення.

Композиційна побудова стикається з цікавим явищем, пов'язаним з особливостями зорового сприйняття, з оптичними ілюзіями:

- відомо, що геометричні фігури, що складаються з прямих ліній, правильних кіл і інших правильних форм здаються викривленими і неправильними через те, що і перетинають косими лініями або пучком променів;

- ідеальна горизонталь здалеку здається прогибаючоюся, удалені від глядача в глибину предмети сприймаються неадекватними їх дійсним розмірам.

У художній практиці художники свідомо використовують явища оптичних ілюзій і коригують їх дії.

Дизайнери при створенні творів активно використовують художні прийоми, засновані на особливостях психо-фізичного сприйняття людини.

Симетрія пов'язана з почуттям рівноваги і обумовлена законом всесвітнього тяжіння.

Асиметрія, порушення симетрії, викликає емоційний імпульс, який сигналізує про виникнення зміни руху. Рух же - форма існування матерії, «рух є життя». Асиметрія завжди є сусідами з симетрією в формах органічного світу. Абсолютна симетрія зустрічає ся тільки в неорганічний мир - в кристалах.

Статика і динаміка, динамічна напруга, динамічна рівновага - все це природні стани, в яких пре бувають фізичні тіла, - стани, властиві природі. І всі вони відображаються в композиційному побудові форми.

Перспективне побудова зображення викликано пристроєм органів зору, сприйняття відносної величини предметів на відстані.

Провідна роль домінанта, головної ділянки, центру зображення пов'язана з особливостями спрямованого та периферійного зору, завдяки яким ми розрізняємо деталі тільки навколо точки фіксації. Ця здатність, обумовлена нерівномірним будовою сітківки, не тільки дозволяє виділити потрібні

відомості з інших, але і в художньому композиційному творі диктує весь лад картини.

Ритм - найважливіший засіб організації художнього твору. Необхідність все підпорядкувати ритму в композиції пов'язана з біологічною потребою - так як ритм органічно притаманний матерії як її властивість. Все, що рухається, розвивається, функціонує в природі і в людській діяльності, - підпорядковане ритму. Велике розмаїття ритмів природи робить організуючий вплив на життя людини, на всі форми його діяльності, починаючи від необхідності чергування праці і відпочинку і закінчуючи ритмічною організацією художньої форми в творі мистецтва. Ритмічне чергування різних відчуттів викликає позитивні емоції. Тривале одноманітне стан або однорідні враження, навпаки, пригнічують психіку. Необхідність зміни станів, вражень, напруги і розслаблення закладена в біологічній природі людини. Очевидно, та ж потреба є основою і іншого явища - контрасту, пов'язаного з посиленням зорових імпульсів в прикордонних зонах: чим сильніше імпульс, то все більше контрастують форми. *Контраст* - одне з найсильніших виразних художніх засобів.

Мистецтво не є наслідування природі, відображення об'єктивної реальності в свідомій цілеспрямованій творчій діяльності, пізнавальною і життєво необхідною.

ТЕМА 2.3 ЗНАЧЕННЯ ФОРМИ, КОЛЬОРУ ТА ДИНАМІКИ В ДИЗАЙНІ

1. Форма в дизайні

Під властивостями просторової форми розуміється сукупність всіх її зорових сприймаючих ознак.

- геометричний вид (конфігурація);
- величина;
- положення в просторі;
- маса;
- фактура і текстура;
- колір і світлотінь.

Залежно від переважання одного з трьох основних вимірів виділяються три види форми дизайну:

- об'ємний, що характеризується відносною рівністю всіх трьох вимірів ‘,
- площинний, який визначається різким (або повним) зменшенням розмірів по одній з координат вимірювання ‘,
- лінійний, для якого характерне переважання якого-небудь одного виміру над двома іншими при їх відносно малою величиною.

Іншою ознакою геометричного виду форми є прямолінійність (криволінійність) поверхні. За цією ознакою форма характеризується крайніми станами:

- пряма лінія (багатокутник) - окружність;
- плоска (циліндрична, кульова, конічна) - багатогранна поверхня.

Між межами «пряма лінія - окружність», «плоска - багатогранна поверхню» знаходиться нескінченний ряд проміжних станів.

Величина форми оцінюється по відношенню до розмірів людини яка або інших форм або як співвідношення величин елементів однієї і тієї ж форми.

Положення в просторі - властивість форми, яке визначається її місце знаходженням серед інших форм, а також щодо спостерігача в системі трьох координатних площин: фронтальної, профільної і горизонтальної.

При вирішенні багатьох композиційних завдань велику роль відіграє облік зорового сприйняття маси. Воно залежить від багатьох факторів. Велике значення мають розміри і форм, того чи іншого предмета. «Зорова маса» - властивість форми, яке визначається візуальною оцінкою кількості речовини (матеріалу), що заповнює простір в межах видимої геометричної форми. Сприйняття маси змінюється і в залежності від геометричного виду форми. Найбільшою «зоровою масою» мають форми, що наближаються до куба і кулі. Мінімальною масою володіють форми, що наближаються до лінійних.

Велике значення в сприйнятті дизайнерського твору має фактурність форми. Фактура - властивість, що характеризує зовнішню будову поверхні форми (шорстка гладка). Фактурність матеріалу залежить:

- від щільності і величини мікроіскаженій поверхні;

- відстані глядача від поверхні. У міру віддалення від розглянутої поверхні число охоплених зором елементів збільшується, їх кутові розміри зменшуються, і вони сприймаються вже як фактура поверхні. Фактура створює зоровий образ виробу і виступає одним з основних джерел дотиковий інформації. Ті, хто має відмінність фактур дає нам можливість розрізняти на чорно білому зображенні воду і метал, сніг і папір. При розробці художньо-конструкторського проекту будь-якого виробу вибір фактури поверхні настільки ж важливе завдання, як у виборі матеріалу. Один і той же матеріал може виглядати дуже по-різному при різній обробці його поверхні. Фактура виступає активним властивістю поверхні, здатним впливати навіть на сприйняття пропорційних відносин форми. Недостатня увага до властивостей фактури, невдале поєднання різних матеріалів в одному виробі часто призводять до роздрібненості і дисгармонії форми.

У сприйнятті форми важливе значення має і текстура - спостерігаються на поверхні зовнішні ознаки структури матеріалу, з якого предмет виготовлений. Найбільш часто текстурою (малюнком) характеризуються вироби з дерева і тканини. Різні текстури використовуються як декоративний елемент при опрацюванні виробу.

Текстура, поряд з фактурою, являє собою також активний засіб художньої виразності. Ефект фактури і текстури використовується перш за все для того, щоб передати природні якості матеріалу, розкрити його естетичне своєрідність. Якщо фактура або текстура матеріалу дуже виразна, то її вплив на спостерігача може бути сильніше, ніж вплив самої форми виробу. Однак надмірна помітність фактури або текстури може бути неприємна. Фактура і текстура поверхонь повинні підбиратися з урахуванням розмірів виробу і величини простору, в якому воно буде функціонувати.

Колір по відношенню до форми - властивість тіл викликати те чи інше зорове відчуття у відповідності зі спектральним складом відбиваного або випромінюваного ними світла. Колір володіє такими основними характеристиками, як:

- колірної тон (різні відтінки кольору);
- насиченість (ступінь яскравості кольору);
- світлота (відображає здатність колірної поверхні).

Світлотінь - властивість, що характеризується розподілом світлих і темних ділянок на поверхні форми. Розподіл світлотіні обумовлено формою предмета, рельєфом його поверхні і освітленням. Світлотінь полегшує зорове сприйняття об'єму і рельєфу, здатна узагальнити або розчленувати обсяг або поверхню предмета.

Взагалі рельєф предмета і його тривимірна форма сприймаються перш за все завдяки градаціях і переходах від більш освітлених ділянок до менш освітленим.

Діяльність дизайнера підпорядкована ідеї створення форми (плоскої, об'ємної, просторової), гармонізації її з миром людини і речей. Цьому служать найпростіші, відомі нам основні геометричні форми: паралелепіпед, призма,

циліндр, конус. Можливі й сполуки цих геометричних гол, врізка і перетин їх в різних комбінаціях. Улюблені форми:

- спіраль - автори статті вважають однією з найважливіших форм, поширених в органічному світі. Вона у високій Степс ні здатна зберегти енергію, зберігати інформацію. Її можна стиснути, розтягнути - вона гнучка і компактна. Відомо, що форму подвійної спіралі має молекула життя ДНК. Багато рослин і тварини мають в будові тіла спіралевидної форми - березка, квасоля, раковина равлики і ін. Спіраль - крива, що є найкоротший шлях між двома точками на циліндричній поверхні (проведіть діагональ на прямокутному аркуші і поверніть його трубкою). Завдяки цій особливості вона поширена в біологічному світі куль, циліндрів - судини, нерви, волокна обплітають сферичні і циліндричні поверхні н пошуках найкоротшого шляху, неминуче перетворюються в спіраль (спіраль і 8-подібну форму ми часто виявляємо в композиційних схемах. Хогарт вважав звивисту змієподібну лінію «лінією краси і грації»);

- куля - сама економічна форма, у кулі найменша поверхню. При найбільшому обсязі на його оболонку йде менше матеріалу, ніж на будь-яку іншу. Куля легко пристосовується до навколишніх умов, так як легко перекочується, сплющується, і тому широко поширений в органічному світі (ікринки, віруси, найпростіші мікроорганізми). Куля, коло, овал - найчастіші форми в творах мистецтва, так як відображають реальні форми, властиві природі. Вони легко сприймаються візуально, так як зорове поле саме має форму овалу і оскільки в цих формах найкращим чином відбивається уявлення про цілісність, завершеності, на противагу, наприклад, формам прямокутним, які навпаки асоціюються з обмеженням, з чимось умовним;

- багатогранники - п'ятигранників, шестигранники зустрічаються в природі у формі сот, в мережі кровоносних судин. Економічність цих форм проявляється в їх здатності заповнювати простір (їх використовують в дизайні в покриттях поверхонь);

- труба - серед природних форм зустрічається в якості транспортного русла - для перекидання поживних речовин, крові та інших продуктів життєдіяльності живого організму, рослини (в мистецтві - труба і її лінійний вираз використовується як сполучна комунікаційний засіб і як перехід від однієї форми до іншої);

- дерево - стовбур і розгалуження його ми спостерігаємо в будові крони і коренів дерева, кровоносної системи (в творах мистецтва, а особливо в організації інформаційних об'єктів, широко поширена форма);

- зірка - різновид форми дерева, якщо на неї дивитися зверху, - промені, пелюстки розходяться від центру, охоплюють навколишній простір, доставляють харчування, сонячну енергію центру. Рослини і тварини організми зіркоподібній форми переміщуються завдяки променям-ногам (актинія, морська зірка, восьминіг); форма зірки в мистецтві асоціюється з поширенням енергії, сили, що йде від центру, джерела енергії.

Якщо звести живі органічні форми до геометричних, то отримаємо куля, конус, циліндр, багатогранники.

2. Поняття образотворчого поля.

Ми розглянули композиційні засоби гармонізації, за допомогою яких здійснюється композиційна побудова і створюється художня форма. Уявлення про дизайн буде неповним, якщо ми не торкнемося такого питання як «образотворче поле» в композиційній побудові.

Образотворчим полем ми називаємо обмежену поверхню, площину, де розташовується зображення, картина. Цим полем може служити аркуш паперу або полотно певного розміру і формату, або простір стіни, або поверхню об'ємного предмета (упаковки).

Характерною особливістю образотворчого поля є те, що воно не нейтрально щодо зображуваного на ньому, і надає на нього певним чином впливати, тому що не всі точки цього поля рівноцінні. Зображення залежить:

- від розміру;
- пропорцій сторін;
- форми нуля;
- навколишнього середовища.

Нерівноцінність поля виникає з особливостей нашого зорового сприйняття. В результаті одні ділянки поля знаходяться в зоні активного сприйняття, інші поза ним. наприклад:

- в прямокутнику найбільш активні точки, що лежать на центральній осі і горизонталі;
- в квадраті - точки, що лежать на діагоналях; точки, що лежить на перетині діагоналей з окружністю, вписаною в квадрат;
- точка перетину діагоналей;
- в колі - центр кола і точки навколо нього і трохи вище геометричного центру; точки, що лежать на сторонах п'ятикутника? вписаного в коло і на його діагоналях. Для кола характерна рух уздовж окружності;
- в трикутнику - в зоні перетину висот бісектрис і медіан. Таким чином, геометрична фігура сама по собі містить активні точки, на яких концентрується увага, і тому ясно, що композиція не може ігнорувати вплив цих точок, обумовлене специфікою зорового сприйняття.

Для багатьох фігур характерно рух по горизонталі і вертикалі, що становить хрест. Майстри епохи Відродження наступних епох - Рафаель, Пуссен, Делакруа, Суриков) надавали великого значення композиційної побудови, визнаючи роль композиційних схем, основних ліній, свідомо враховуючи їх вплив в своїх творах.

Відомо, що, рухаючись всередині поля, ще не заповненого зображенням, фігура робить ряд рухів.

Активні зони і силові лінії надають полю напруженість, завдяки чому елементи зображення, збігаючись з різними точками образотворчого поля, відчують різні стани. Образотворчий елемент, що співпадає з центром кола або із зоровим центром прямокутника, займає тверду позицію і не прагне змінити своє місцезнаходження.

Елементи, що потрапили в неактивну зону поля, навпаки, прагнуть її покинути, знайти рівновагу. Перегукуючись з іншими елементами, також знаходяться в нестійкому стані, або групуєчи біля врівноважених, вони за допомогою ритму та інших засобів гармонізації приходять в стан динамічної рівноваги.

У творах мистецтва спостерігаємо, що головні вузлові моменти композиції збігаються по своєму місцю розташування з активними точками образотворчого поля. Однак занадто послідовне застосування цього прийому призводить до жорсткості і одноманітності композиції, до самодостатньої впливу схеми.

Створюючи складний рух форм за допомогою ритмічної організації елементів, можна домогтися переклички їх з силовими лініями поля і з активними точками, уникаючи, таким чином, жорстких схем.

3. Функції кольору

Колір дизайну завжди активно використовувався як засіб емоційного впливу на людину, що сприяло виробленню певних колірних символів в різних культурах.

Людський мозок має певними особливостями сприйняття навколишньої дійсності. Дослідження в галузі фізики кольору показали, що видима частина спектра надає різний психофізичний вплив на людину. Традиційно в дизайні виділяються основні функції людини:

- естетична - спрямована на аранжування, прикраса;
- утилітарна - пов'язана із забезпеченням відповідності між кольором і функцією предмета.

Питання колірної рішення - самий примхливий. Якщо по стилю можна досягти компромісу, то колір - це явище фізіологічне. Його вплив відбувається на біологічному рівні. У певних рішеннях колір створює настрій, привертає увагу, але при порушенні співвідношень в бік збільшення може сприйматися як небезпека і викликати реакцію недовіри. У книзі Г. Фрйлінга і К. Ауера колір характеризується по психологічному впливу на людину. Дослідники виділяють кольори:

- стимулюючі (теплі):
 - червоний (вольовий, життєстверджуючий). Для багатьох дизайнерів це один з улюблених квітів, так званої «теплої» гами. Він вселяє в людину життєрадісність, силу і впевненість. Але не варто забувати, що він також самий агресивний і в великих кількостях пригнічує, особливо на меланхоліків;
 - помаранчевий (затишний). Цей колір для тих, хто хоче посилити в інтер'єрі відчуття теплоти і життєрадісності;
 - жовтий (променистий). Цей колір був популярний на Сході і вважався там символом вічності і величі. Він створює оптимістичний і підбадьорливий настрій і до того ж прекрасно поєднується з іншими кольорами.
- холодні:

• синій (підкреслює дистанцію). Популярний серед квітів «холодної» гами. Відтінки синього створюють відчуття спокою і мають розслабляючий і освіжаючий ефект;

. світло-синій (направляючий в простір). Блідо блакитні відтінки символізують молодість, морської досконалості і нескінченності;

• фіолетовий (важкий). Це поєднання червоного і синього має оригінальний психологічний вплив. «Теплий» червонуватий відтінок приносить у фіолетовий ефект несподіванки й одночасно стримується «холодним» синім;

• пастельні (м'які):

• сірувато-блакитний (стриманий); . сіро-зелений (м'який);

-рожевий (таємничий, одночасно ніжний);

• рожево-фіолетовий (ізольований);

- кольору нерухомості (статичні):

• зелений без домішок (освіжаючий). Цей колір є поєднанням синього і жовтого, традиційно вважається кольором спокою і гармонії. Особливо добродійний він для холериків, на яких робить заспокійливий вплив;

• жовто-зелений (відновлювальний);

• пурпурний (вишуканий);

• оливковий (пом'якшувальний);

- нейтральні:

. сірий (універсальний);

• білий (королівський). Поряд з чорним білий колір входить в особливу групу, окрему від спектральних квітів. За допомогою білого (а також світлих пастельних тонів) вдається візуально розширити приміщення. До того ж білі стіни і стеля створюють ефект легкості, невагомості;

• чорний (грунтовний). Особливо гарний для контрастного підкреслення і виділення інших кольорів. На чорному тлі вони «звучать» особливо яскраво і виразно. Однак вибирати чорний переважаючим кольором можуть тільки страшенні оригінали, тому що у великих кількостях він створює похмуре і пригнічений настрій;

- земельні теплих відтінків (гамма коричневих):

• охра (пом'якшує роздратування);

• коричневий (стабілізує);

• темно-коричневий (пом'якшує збудливість);

- темні кольори холодної гами (темно-сірі, чорно-сині) - пригнічують роздратування:

• роль кольору в дизайні, безсумнівно, важлива - колір є продовжувачем національних традицій, показником стилю;

• по відношенню до дизайну інтер'єру червоний рекомендується використовувати в приміщеннях з активним способом життя або в їдальні (збуджує апетит). Синій і блакитний традиційно застосовуються в ванних кімнатах. Зелений - для заспокоєння - в приміщеннях для відпочинку, у спальнях, дитячих кімнатах.

Найважливіша умова колірного оформлення інтер'єру - гармонія в сполученні різних кольорів і відтінків. За допомогою різних кольорів можна

виділяти зони в приміщеннях, особливо в разі кімнат з суміщеними функціями (кухня-їдальня, кабінет-вітальня).

Контрастні кольори варто сполучати з особливою обережністю. Якщо ви вибираєте фіолетово-жовте поєднання, то перший колір повинен бути темним і насиченим, а другий, навпаки, чистим, без домішок інших кольорів.

Якщо ж ви вирішили розширити приміщення за допомогою білого кольору, треба враховувати, що він здатний освітлювати яскраві кольори. Наприклад, червоний поруч з білим прийме рожевий відтінок, а синій - блакитний

На кухні, як вважають психологи, доречні «теплі» кольори:

- червоний;
- жовтий;
- помаранчевий.

Особливо актуальні вони в тому випадку, якщо кухня для вас одночасно і основне місце трапези. Справа в тому, що вищезгадані кольори збуджують і підсилюють апетит, в той час як чорний, навпаки, його пригнічує. Меблі і підлоги у кухні також бажано оформити в теплих тонах.

Для маленьких ванних без вікон найбільше підходять пастельні тони з вкрапленнями:

- білого;
- чорного;
- яскравих кольорів.

У просторих, добре освітлених ваннах колірна гамма може бути і більш насиченою, яскравою і контрастною.

Для оформлення спальні традиційно використовуються світлі пастельні «теплі», що створюють атмосферу затишку. Якщо спальня невелика, то використання в ній яскравих контрастних кольорів нерозумно. Краще зіграти на нюансах - відтінках того чи іншого кольору. Втім, якщо ви молоді і неодружені, то можете і поекспериментувати. Навіть агресивний червоний колір цілком розумі стін, так як є найкращим фоном для «любовних ігор».

У дитячій немовляті до 2 років необхідні тільки м'які насичені кольори. Однак як тільки він підросте, як дитяча може перетворитися в найяскравіше, строкате і веселе приміщення будинку. Але поступово яскраві контрастні кольори доведеться змінити на більш спокійні і строгі - адже дитина піде в школу, і колірна гамма в його кімнаті не повинна відволікати його від занять.

У кабінеті зазвичай переважають коричневі і зеленуваті відтінки, що створюють атмосферу спокою і зосередженості. У поєднанні зі світло-коричневими меблями така тональність найбільш сприятлива для холериків і сангвініків. Спокійним же людям не зашкодить включити в інтер'єр і більш яскраві деталі, що діють підбадьорливо.

Стосовно вітальні особливо суворих правил колірної; оформлення не існує. Аби «тональність» вітальні не занадто дисгармоніювала з колоритом інших кімнат.

ТЕМА 2.4 ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

1. *Поняття фірмового стилю*

У 1910-ті роки під керівництвом Петера Беренса, провідного в той час дизайнера, здійснювалася перша спроба створення фірмового стилю компанії: архітектура виробничих будівель і торгових представництв фірми, обробка промислової продукції, реклама, графіка торгової документації - все це разом узятє створювало яскраво виражене обличчя фірми в ряду інших промислових компаній. Існує, на наш погляд, кілька точних визначень «фірмового стилю», які взаємно доповнюють один одного.

Фірмовий стиль - сукупність візуально сприймаються ознак, що викликають у споживача стійкий стереотип конкретної промислової або торговельної компанії, - вже ніяк не може бути віднесений до числа продуктів масового виробництва.

Також *фірмовий стиль* - це сукупність прийомів (графічних, колірних, пластичних, акустичних, відео), які забезпечують єдність всіх виробів фірми і рекламним заходам, покращують запам'ятовуваність і сприйняття покупцями, партнерами, незалежними спостерігачами не тільки товарів фірми, але і всієї її діяльності; а також дозволяють протиставляти свої товари і діяльність товарам і діяльності конкурентів. Фірмовий стиль дозволяє фірмі бути впізнаваною серед безлічі конкурентів, завойовувати авторитет на ринку і формувати образ фірми в очах споживачів і партнерів.

«Високий» фірмовий стиль підтверджує надійність фірми, гарантує, що фірма у всьому дотримується зразковий порядок - у виробництві, так і в будь-якій іншій діяльності.

2. *Основні елементи фірмового стилю*

Елементи фірмового стилю:

- словесний товарний знак - зазвичай прийнято вважати, що ця назва фірми, виконана в певній графічній манері незвичайним, таким, що запам'ятовується шрифтом. Насправді це не зовсім так. Відмінні функції словесного знака полягають в його словесної конструкції, т. Е. В поєднанні букв. Дизайнер вирішує завдання побудови графічного фірмового стилю на основі обраного слова;

- вийшла в результаті оригінальна графічна композиція може бути зареєстрована в якості графічного товарного знака. Графічний товарний знак бере свій початок від клейма, яким скотар колись метил своїх корів. У сучасному світі форми існування цих позначень приналежності значно розширилися. Наприклад, радіостанція може мати звуковий знак, а знаком виноробної фірми може бути форма пляшки. Товарний знак і знак обслуговування - це позначення, здатні відрізнити відповідно товари і послуги одних юридичних і фізичних осіб від однорідних товарів і послуг інших юридичних і фізичних осіб. У якості товарних знаків і знаків обслуговування

можуть бути зареєстровані словесні, образотворчі, об'ємні та інші позначення та їх комбінації;

- колірна гамма. Колір є потужним засобом ідентифікації і тому може використовуватися в якості істотного компонента (стілеобразующей константи) як в побудові власне знака або логотипу, так і в створенні системи фірмового, або корпоративного, стилю. Для оформлення словесного і графічного товарного знака вибираються певні кольори, які в поєднанні з першими елементами і створюють певний образ;

- фірмовий шрифт - це певний шрифт, обраний для оформлення друкованої продукції;

- фірмовий блок включає в себе:

- товарний знак;
- назва підприємства;
- поштові, банківські реквізити;
- перелік товарів і послуг;
- рекламний символ фірми;
- слоган.

У фірмовий блок можуть входити всі перераховані елементи або тільки деякі з них. Фірмовий блок зручно використовувати в багатьох випадках: від оформлення фірмових бланків до оформлення упаковки продукції;

- слоган - коротка фраза, девіз фірми або товару. Це словесний рекламний символ фірми. На відміну від образотворчого рекламного символу фірми, слоган є і візуальний, і аудіальний образ, що надає йому виняткову значимість як елемента іміджу або рекламного засобу;

- формати видань - оригінальний формат видання, поширеною-ненний на всю друковану продукцію. Що сприяє кращої пізнаваності інформаційно-рекламних матеріалів;

- рекламний символ фірми - певний персонаж або образ, який виступає від імені фірми при рекламних та інших заходах РК. Це може бути представник флори, фауни або людини в смішному зображенні;

- аудіообраз фірми - музична фраза, композиція, кілька нот для голоси або музичних інструментів, поєднання певних шумів, службовців як би розпізнавальним знаком фірми в радіо і телероликах. Фактично, аудіообраз - це фірмовий знак, вирішене аудіозасобів. Головна функція аудіознака та ж, що і у графічного знака фірми, - ідентифікаційна. Найчастіше в якості аудіообраз фірми використовується аудіослоган: специфічне, постановочне рішення аудіозасобів слогана фірми, що надає йому привабливість, запам'ятовуваність. Різниця між аудіообраз і аудіослоганом лише в тому, що слоган - це інтерпретація словесного вираження, а аудіообраз - це самостійний звуковий образ, асоційований з фірмою і законодавчо закріплений за нею шляхом реєстрації.

Також в розробку фірмового стилю входять створення веб-сайту, мультимедійної презентації, фірмових сувенірів, фірмового персонажа; написання рекламних текстів і статей; рекламна поліграфія (листівки, листівки, буклети, каталоги, календарі) і ін. Весь набір фірмової атрибутики створюється

на основі фірмового стилю і покликаний викликати позитивне сприйняття у клієнтів і повагу у конкурентів. Вибір фірмової атрибутики великий. Це як стандартні вироби, так і не дуже поширені, а іноді і унікальні та ексклюзивні варіанти.

На основі вищесказаного резюмуємо: фірмовим стилем називають цілий комплекс заходів візуального (іноді не тільки візуального) впливу на споживачів, який дозволяє їм безпомилково виділити компанію, а також її продукцію і послуги з безлічі інших на сучасному перенасиченому ринку.

3. Носії фірмового стилю

Носіями фірмового стилю можуть виступати:

- атрибути ділової діяльності фірми:

- друк фірми;
- фірмовий бланк листа;
- конверт;
- фірмові бланки різних видів документів;
- візитна картка;
- папка-реєстратор (обкладинка);
- цінник, ярлик;

- всі форми реклами:

- реклама в пресі;
- радіо- і телереклама;
- виставковий стенд;
- Реклама на транспорті;
- зовнішня реклама;

- засоби ідентифікації, орієнтації:

- покажчики проїзду;
- покажчики розташування;
- покажчики напрямку;
- вивіска;
- таблички на дверях;
- значок, нашивка;
- одяг співробітників;

продукція фірми і засоби її упаковки, оформлення, супроводу, реалізації:

- продукція;
- упаковка;
- пакувальний папір;
- ярлики і наклейки;
- супровідна документація;
- інструкції з експлуатації;

- атрибути презентацій, PR-кампаній:

- проспект;
- інформаційний лист;

- буклет;
- календар;
- плакат;
- вимпел;
- сувеніри;
- одяг співробітників;
- пакети, сумки.

4. Основні правила розробки фірмового стилю

Основні правила дизайну фірмового стилю і його елементів:

- дизайн повинен:

- бути прикладним, т. Е. Пояснювати, як повинен використовуватися продукт, як орієнтуватися, як отримати необхідну інформацію;

- керувати увагою глядача - розставляє візуальні акценти. Засобами дизайну виділяється основна інформація;

- хороший дизайн практично непомітний, він лише підкреслює основну концепцію;

- людина тільки тоді здатна сприйняти фірмовий стиль як єдине ціле, коли в ньому присутні не більше 5-7 елементів. Якщо елементів більше 25, сприйняття стає неможливим;

- небажано використовувати більше 3 елементів, 3 шрифтів і 3 кольорів;

- засобами дизайну створюється позитивне емоційне сприйняття продукту за допомогою гармонії кольору, форм і ліній, тому що створюються образи повинні бути зрозумілі і позитивні.

Є дві точки зору про те, коли треба розробляти власний фірмовий стиль:

- відразу, як тільки утворилася фірма;

- в міру накопичення достатньої кількості коштів і закріплення стійких напрямів діяльності.

Правильніше було б сказати, що фірмовому стилю треба приділяти увагу завжди, починаючи з перших днів створення фірми. Ймовірно, що фірма, тільки почала свою діяльність, не зможе охопити всю повноту такого явища, як фірмовий стиль. Але, почавши діяти на ринку без певних атрибутів фірмового стилю, фірма упустить необхідний час. Фірмовий стиль гарантує:

- забезпечення переваги перед конкурентами, яке може надати продаж марочної продукції;

- впізнавання компанії і її товару або послуги споживачем;

- захист рекламних інтересів від конкурентів;

- лояльність споживачів до обраній марці;

- можливість торгувати за вищими цінами.

ТЕМА 2.5 ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ

1. Типографічний дизайн

Типографський дизайн - це мистецтво і процес розташування друкарських елементів на газетній сторінці. Друкарський елемент - це те, що залишає відбиток друкарської фарби на папері, т. Е. Літери алфавіту і цифри, знаки пунктуації, лінії, рамки, декоративні елементи і ілюстрації будь-яких видів. Друкарські засоби оформлення є:

- шрифти;
- лінії;
- орнаменти;
- штрихи;
- забарвлення;
- контраст;
- виділення елементів.

Найважливішим елементом є шрифт, так як він носій видрукованої інформації. Фахівці завжди вказують на те, що між змістом листи і його шрифтовим оформленням (характером накреслення літер) повинна бути зв'язок з метою створення гарного враження. Написане і віддруковане має зробити читання по можливості оптимальним. Це досягається не тільки видом шрифту, але і його розміром. Важливим є звичні умови читання. Читач вважає нормальним читання по горизонталі.

Дослідження показують, що середньостатистичний читач витрачає приблизно однакову кількість часу на читання будь-якого випуску газети. Друкарський дизайн повинен бути таким, щоб обмежений час читача, так само як і його енергія і увага, було направлено на отримання інформації. Будь-оформлювальний прийом, відволікаючий читача або порушує нормальний ритм читання, призводить до втрати часу і енергії.

У друкарському дизайні є набір закономірностей:

- для звичайного ока шрифт розміром в 8 пунктів (кеглів) є нижньою межею оптимальної читаності; при менших розмірах очей швидко втомлюється;
- виділене пропозицію, розпочате з нового рядка, читається краще, ніж невиділення (без абзацу);
- відстань між рядками має становити приблизно одну третину висоти букв, з тим щоб око могло чітко фіксувати рядок і читати її;
- великі літери читаються гірше, ніж малі;
- тексти, переможемо великими і малими буквами, читаються легше, ніж складаються тільки з малих і великих літер;
- тексти, набрані нормальним шрифтом, читаються краще, ніж набрані світлим або жирним.

Друкарський продукт оформляється стандартними знаками, головним чином буквами. Макетування, або розташування тексту та ілюстрацій на сторінці, служить застосування набору певних правил для кожної конкретної

ситуації - на сторінці рекламних оголошень, на інформаційній смужі, всередині розділу і в виданні в цілому.

При оформленні поліграфічної продукції застосовується різна техніка макетування:

- шрифтова;
- складальна;
- клейова;
- шрифт в шрифті.

Основна вимога типографського дизайну: кожен використовуваний елемент має ефективно працювати. До типографського дизайну міцно прив'язане поліграфічне оформлення.

2. Графічний дизайн

Графічний дизайн як один з видів дизайну будується на гармонії. Поява гармонії в природі та житті ширше, ніж це може охопити будь-який канон, будь-яка гармонійна система. І людство ніколи не перестане шукати нових гармонійних відносин, поєднань, прояви інших гармонійних закономірностей.

Ілюстративні матеріали оформляють графіки, ілюстратори і фотографи. В основному ілюстраціях п'ять графічних елементів:

- точки;
- лінії;
- заливки;
- напівтонові елементи;
- колірні елементи.

Точки, лінії і заливки позначають загальною назвою «штрих». «Півтон» складається з ряду ступенів від білого до чорного або від світла до тіней.

Графічна техніка дуже різноманітна. Елементи оригіналу створюються за допомогою малюнків, художніх зображень врізкою, приклеюванням, зачисткою, штемпелюванням і іншими способами. Дизайнери застосовують різні засоби, керуючись спільною ідеєю оформлення. Орієнтовно ці кошти можна розділити наступним чином:

- застосовуються при оформленні однофарбовий штриховий продукції;
- для однофарбової напівтонової продукції;
- барвистій продукції.

3. Фотографічний та комп'ютерний дизайн

Фотографічний дизайн застосовується при виготовленні оригінал-макетів в поліграфії. Серед всіх інших способів переробки образотворчих матеріалів фотопроекти дають найбільш точне відтворення, особливо в разі кольорових фотографій. Розрізняють два основних види оформлення:

- ілюстративний фотографія;
- контрастна фотографія або фотопісь.

Основними завданнями професійної фотографії є події (вчинки, репортажі), архітектура і інтер'єр, краса і мода, художня та документальна зйомка, промисловість і навколишній, світ, портрети, реклама. Для рекламної продукції використовують заздалегідь організоване фотографування.

Комп'ютерний дизайн є неперевершеним інструментом в області оформлення та дизайну. Його застосування різноманітне. Поштовхом до розвитку комп'ютерного дизайну стали розробки різного програмного забезпечення, такого як Епл, Альдус, Адоб та інших іноземних, головним чином американських фірм.

Можливості програми макетування не обмежуються лише поєднанням тексту, графічних зображень і ілюстрацій. Вона може накопичувати текст і обробляти його, а також створювати графічні знаки і растрові поля. В основному використовуються три програми макетування:

- Пейджмейкер (Альдус Корпорейшн);
- кварк Прес (Кварк Інтернейшнл);
- Вентура Паблішер (Ксерокс Корпорейшн).

Першою програмою макетування була програма Пейджмейкер в

1985 року об'єднана з програмою Епл Макінтош на персональному комп'ютері. Потім з'явилася програма Вентура Паблішер, яка мала переваги перед іншими програмами, перш за все при роботі з періодичними виданнями. При обробці тексту застосовувалася також Епл Макінтош спільно з програмою макетування кварк Прес. Ця система призначалася для професійних творчих робіт. Процес став високо автоматизований, особливо при обробці об'ємної і складної по розташуванню документації.

За допомогою комп'ютерної графіки створюються нові елементи, що виникають при обробці ілюстраційні матеріалів. При електронній обробці зображень можливе проведення наступних операцій:

- градаційна коректура;
- клітинна ретуш;
- монтаж зображення;
- зміна геометрії.

В основі комп'ютерної графіки лежать експерименти зі стандартно виготовленими зображеннями. Електронні пристрої проводять операції з вражаючою швидкістю.

Комп'ютерна графіка працює в трьох вимірах. 3D-система може перетворювати плоскі тіла в об'ємні і створювати просторові об'єкти у вигляді ґратчастих моделей.

Четвертий вимір, час і рух в часі є предметом подальшого розвитку. У сучасних відеостудії вже є цифрові пристрої для створення подібних ефектів. Вони дають можливість відеозображення літати і обертатися. Перехід зображень один в одного і їх переміщення дозволяють здійснювати комп'ютерне пошвавлення. Окремі об'єкти шикуються в просторі у вигляді ескізів і малюнків. Вони ж можуть купувати різний вигляд і форму. Джерела світла і фотозйомка вбудовані в систему. Об'єкти, світло і фотокамери можуть

переміщатися в будь-якому напрямку. Останні досягнення в цій галузі - так звана фактична, життєва реальність.

4. Рекламний дизайн

Під емним поняттям «реklamний дизайн» ми маємо на увазі синтез маркетингу, психології, творчості і дизайну - невід'ємних частин в розробці візуальних рекламних засобів.

Якщо говорити простіше, рекламний дизайн - це створення красивої «картинки», яка приносить гроші.

Мета рекламного дизайну виключно комерційна. На цьому будується все в рекламному дизайні. Відправною точкою виступає мета замовника, аудиторія, для якої власне і призначена реклама.

Для рекламного дизайну особливе значення мають два основних типи візуальних засобів - це фотографії і намальовані або написані фарбами ілюстрації.

Фотографія надає реальність оголошенню. Гарна кольорова фотографія робить зображення товарів емоційно насиченими і реалістичними, передаючи то високу технологічність виконання, то привабливість смакових якостей. Фотографії, особливо нового типу, створюють живе враження вашої присутності в зображуваній ситуації. Фотографія залучає вас в дію. Фотографи роблять чудеса, надаючи реалізм ситуації, яка в намальованому вигляді не виробить подібного ефекту. Фотографії дітей сприймаються з особливою увагою, коли вони зроблені з почуттям теплоти і співпереживання. Фотографії можуть викликати і еротичні почуття, навіть шокувати.

На виготовлення малюнка або картини зазвичай йде більше часу, ніж на отримання фотографії.

Фотографія надає рекламному виробництву гнучкість, так як фотографії можна кадрувати до будь-яких розмірів або форм, ретушувати фарбами і пензлем або обробляти іншим способом для поліпшення зображення.

Існує перелік композиційних прийомів, що застосовуються в рекламі. Всі вони запозичені з теорії дизайну:

- рівновагу. Вихідною точкою, яка визначає рівновагу композиції, є оптичний центр. Оптичний центр знаходиться приблизно на одну восьму вище фізичного центру або на відстані п'яти восьмих від нижньої межі оголошення. Рівновага - це розташування елементів оголошення на сторінці: ліва частина щодо правої і верхня частина щодо нижньої, розділені оптичним центром. Існує два види рівноваги:

- формальне рівновагу. Ключ до формального рівноваги - абсолютна симетрія, при якій парні елементи по обидва боки лінії, що розтинає оголошення, мають однаковий оптичний вага. Така рівновага використовується, коли потрібно підкреслити гідність, стабільність і консерватизм образу;

- неформальне рівновагу. Розміщуючи елементи різних розмірів, форм, світлової інтенсивності або затіненості на різних відстанях від оптичного центру, можна досягти візуального рівноваги. Точно так же, як на хиткій дошці,

об'єкт з великим оптичним вагою поблизу центру може бути урівноважений об'єктом з малим оптичним вагою, розташованим далі від центру. У більшості рекламних оголошень використовується неформальне рівновагу, так як воно робить рекламу більш цікавою, образної і емоційно насиченою;

- переміщення - принцип побудови оголошення, завдяки якому увагу читача переміщається по оголошенню в потрібній послідовності;

- контрастність. Ефективний спосіб залучення уваги до одного певного елементу - використовувати контрастний колір, розмір або стиль. Наприклад, негатив (білі букви на чорному тлі), чорно-біле оголошення в червоній рамці або незвичайний стиль шрифту, що контрастує зі звичним;

- послідовність - це взаємопов'язаність даного оголошення зі всієї рекламною кампанією. Вона досягається шляхом застосування одного і того ж формату, стилю, тональності у всіх оголошеннях; показу одного і того ж ведучого у всіх рекламних заставках; включення незвичайного або не схожого ні на які інші графічного елементу в усі оголошення або постійного використання інших прийомів: логотипу, мальованого персонажа, яскравого девізу;

- єдність - це з'єднання всіх елементів в нерозривне ціле. Незважаючи на те що оголошення складається з багатьох і різних частин, вони повинні бути так взаємопов'язані, щоб оголошення виробляло гармонійне враження. Свій внесок в досягнення єдності можуть зробити рівновагу, переміщення, пропорційність, контрастність і колір. Крім цих, можуть бути використані і інші прийоми:

- один шрифт в різних стилях;
- рамки навколо оголошення для об'єднання всіх його елементів;
- накладення одного зображення на інше або одного елемента на інший;
- продумане використання прогалін;
- графічні прийоми: квадратні рамочки, стрілки або штрихування;

- чіткість і простота. Будь-який елемент, від відсутності якого оголошення ніяк не постраждає, повинен бути прибраний. Перевантаженість різними стилями шрифту, занадто дрібними буквами, негативним способом зображення, ілюстраціями, укладеними в рамочку, пунктами або непотрібним текстом ускладнює і захащує композицію. Оголошення стає важко читати, і його ефект знижується;

- виділення пробілами. Прогалини - це частини оголошення, які не зайняті іншими елементами (це назва зберігається, навіть якщо ці частини зафарбовані чорним або іншим кольором). Якщо навколо текстової частини залишити великі прогалини, то буде створюватися враження, що текст знаходиться в промені світла. Прогалини грають важливу роль в створенні образу.

3. По відношенню до дизайну реклами у пресі існує кілька умов:

- розробити єдиний рекламний формат. Єдиний друкований формат для всієї реклами здатний в 2 рази поліпшити впізнавання. Це правило особливо важливо для реклами промислових виробів. Єдиний формат допоможе читачеві зрозуміти, що ваше оголошення виходить від великої корпорації, а не від декількох дрібних фірм;

- не використовувати складні плани розташування. Одна велика картинка сприймається краще, ніж кілька маленьких;

- завжди поміщати пояснення під фотографіями. По-перше, саме пояснення під фотографією може стати рекламним закликом. По-друге, пояснення під фотографіями читають в 2 рази частіше, ніж сам текст реклами;

- не боятися занадто довгою реклами. Люди, які знайомлять ся з рекламним текстом, а не тільки з заголовком, є потенційними споживачами вашого товару. Якщо рекламується дорогий товар, автомобіль або туристична поїздка, промисловий виріб, то потенційні покупці будуть зацікавлені перш за все в тій інформації, яку дасть їм детальна реклама;

- уникати заголовків, що містять в собі заперечення. Люди запам'ятовують фрази і можуть запам'ятати лише граматичне заперечення. Подавайте позитивні сторони вашого товару. Не кажіть, що продукт не завдає шкоди або що багато недоліки були усунені. Активно користуйтеся емоційно забарвленими словами;

- не боятися довгих заголовків. Заголовки привертають увагу;

- після заголовка найвірнішим засобом залучення уваги може бути яскрава і цікава фотографія. Фотографії краще малюнків. Дослідження показують, що фотографію запам'ятовують на 26% більше читачів, ніж малюнок;

- фотографії, що демонструють ситуацію до і після використання вашого товару, служать найкращою рекомендацією. Якщо можливо, використовуйте візуальний контраст, зміна стану користувача або демонстрацію переваг товару;

- не користуватися шрифтом зі зворотним нахилом. Це привабливо виглядає, але ускладнює читання. З цієї ж причини не зменшувати шрифт пояснень до ілюстрацій;

- створювати рекламу, яка не вимагала б продовження. Ваш рекламний заголовок повинен міститися в заголовку.

Створювати рекламу необхідно таким чином, щоб читач зупинив свій погляд тільки на ній одній.

5. Веб-дизайн

Тема візуального дизайну і його застосування в Web дуже великі. У 80-90-х роках ХХ століття був зроблений прорив - з простої закритої академічної мережі, призначеної для спілкування вчених і військових, зросла глобальна комп'ютерна мережа, доступна для всіх жителів планети. З винаходом WWW раптово впали останні бар'єри на шляху вільного поширення інформації. Тепер будь-яка людина міг опублікувати свій твір, яке моментально стає доступним для всього світу. Веб-дизайн з'явився тоді, коли Всесвітня мережа перестала виконувати чисто утилітарну функцію передачі інформації; виникла потреба у відокремленні певних комп'ютерних продуктів, створення естетики, іміджу джерел інформації - все це вплинуло на розвиток цього виду дизайну.

З'явилися фахівці - веб-дизайнери, які стали використовувати комп'ютерний дизайн у Всесвітній Міжнародній Мережі Інтернет для грамотної візуалізації інформаційних ресурсів, перш за все сайту.

Веб-сайт - електронна база, в якій зберігається різна інформація. Створення веб-сайту починається зі створення першої сторінки та взаємодії різних типів інформації на її просторі, яка включає в себе структуру і елементи початкової сторінки. Кожна сторінка, обмежена з усіх боків або власним обрізом, якими рамками браузера, або паспарту з красивою рамкою, утворює якийсь простір, обмежений в більшій чи меншій мірі власним візуальним простором або площиною. Зрозуміло, що простір в даному випадку - поняття умовне, здатне створювати свій візуальний світ, своє середовище.

Найпростіший і доступний варіант організації середовища сторінки - площинний, часто вживається в поліграфії. Об'єкти знаходяться приблизно в одній площині, найчастіше збігається з площиною самої сторінки. Іноді візуальна площину знаходиться трохи позаду реальній площині, що досягається за допомогою певних композиційних прийомів і прийомів організації простору:

- тон;
- колір;
- світлотінь;
- псевдооб'єми;
- силует.

За великим рахунком середу утворюють такі поняття, як тон і колір. Занадто велике і необгрунтовано темна пляма може утворити «дірку» в площині веб-сторінки, точно так же надмірно насичений колір в середовищі приглушених може кидатися в очі. Тому правильно організувати площину допоможе і таке поняття, як колірна гамма. Це таке колірне стан середовища, коли кольори близькі один до одного.

Після того як початкова сторінка готова, дизайнер приступає до створення навігації (структури розміщення інформації), її видів і способів візуалізації. І, нарешті, до розташування рекламного наповнення веб-сайту.

Основні необхідні елементи в дизайні для створення веб-сайтів:

- колірна палітра;
- структура розміщення інформації (навігація);
- логотип в веб-дизайні - це загальна назва фірми, сайту або ж просто прізвище, подана в певній графічній формі;
- слоган;
- модульна сітка;
- ілюстративний ряд (із застосуванням особливої обробки ізо-бразеній);
- рекламний блок.

Діяльність веб-дизайнера включає в себе також:

- створення:
 - інформаційної архітектури сайту;
 - анімаційних ефектів (куди входять і банери);
 - динамічних елементів;
- макетування і розмітку веб-сайту (ергономіку);

- підготовку графічних елементів.

Веб-дизайн працює в області інтерактивного простору, але застосовує всі ті ж принципи побудови зображення.

Щоб зрозуміти принципи застосування тих чи інших стильових прийомів на сайті, слід просто звернутися до загальних принципів дизайну. Спочатку загальним мережевим принципом був текстовий дизайн, зрозуміло, що відрізняється від нинішнього як небо від землі. Естетика шрифтового екрану була досить своєрідною. Шрифт був єдиним, і дизайнерські вишукування виходили від роботи з символами. Треба сказати, що програмісти сьогодні виконують воістину оригінальні речі, що вражають уяву.

На даний момент виділяються наступні типи веб-дизайну:

- текстовий - визначається вмістом і концепцією автора. На першому рівні передбачає майже повну відсутність зображень як таких, що значно прискорює завантаження сторінки. А навігаційні та декоративні елементи виконуються тими ж символічними прийомами. Потрібно сказати, що НТМ як такої значно розширив можливості при розподілі сторінок цього типу, і тепер за допомогою коду можна робити і тіні, і навіть зображення. При таких розкладки слід добре знати класичні верстальних прийоми, особливості використовуваних шрифтів;

- поліграфічний - той варіант, коли веб-сторінка з усіх своїх сил прагне імітувати друковане видання (особливо буклетний тип). Такий дизайн поширений на корпоративних, рекламних сайтах, там, де особливо необхідно образно-емоційне наповнення основного змісту. Ставка робиться на класичні дизайнерські прийоми за принципом: спочатку загальний дизайн, а його нарізати і зібрати. Як правило, основне враження користувач отримує за рахунок піксельної графіки;

- інтерфейсний - покликаний максимально полегшити життя користувачеві у всіх її проявах: від завантаження сторінки (мі-німізірованіє коду і гранична оптимізація зображень) до особливого, доведеного до ретельного виконання кожного елемента. Досконально продумана навігація, зрозумілість використання схеми сайту викликають повагу і пошану. І навіть якщо з точки зору образотворчої естетики натакому сайті виявиться не все гладко, то з лишком окупиться іншими достоїнствами;

- динамічний - бігають по екрану або просто миготливі зображення (в основному флеш, але сюди ж можна віднести і DHTML, і анімації на GIF і Java);

- змішаний - є комбінацією всіх цих типів.

Від аспектів комунікаційного веб-дизайну залежить інша типізація сайтів, яка підпорядкована цілям створення і функціонування сайту. Ці аспекти включають в себе:

- взаємодії споживачів з інформаційними повідомленнями, які називаються стратегією веб-дизайну;

- специфіку споживання віртуальної інформації; .

- типи сайтів.

За функції сайти класифікують наступним чином:

- якщо сайт служить тільки демонстрації будь-якого продукту, послуги, знайомить з підприємством - такий вид сайту дизайнери називають візитною карткою ‘,

- повнішу інформацію містить іміджевий сайт (він являє собою сайт, що складається з чотирьох сторінок, на яких розміщена вичерпна інформація про компанію);

- бізнес-сайт включає в себе 5-14 сторінок, будь-яку інформацію про компанії, повну інформацію про товари і послуги (фотографії, ілюстрації і прайс-листи). Також може об'їладать стандартної зворотного формою для здійснення онлайн-замовлень продукції або послуг, гостьовою книгою;

- корпоративний сайт містить 15-40 сторінок, детальну ін-формацію про компанію та її діяльність, повну інформацію про товари, послуги, докладні прайс-листи, зворотний форму, гостьову книгу.-

Для реалізації дизайнерських рішень використовуються технології:

- Flash-анімація - діяльність дизайнера, що працює з когось комп'ютерні програми зі створення кліпів. Флеш-кліпи є компактними елементами векторної графіки, а тому швидко завантажуються і змінюють свій масштаб відповідно до розмірів монітора конкретного користувача. Флеш-продукти являють собою елементи анімації і векторної графіки для веб-сторінок. Флеш-АНІМАЛІ допомагає формувати:

- навігаційні панелі (напрямні, що показують структуру сайту);
- динамічні логотипи (рухливі); про повноформатні кліпи з синхронізованим звуком;
- цілі сторінки Інтернету з насиченим змістом.

Флеш-анімація має можливості інтерактивності, що дозволяє робити не тільки анімовану графіку, але і складні багаторівневі меню і навіть гри;

- 3D-графіка - створення тривимірних зображень за допомогою комп'ютерних програм. 3D-графіка дозволяє не тільки прикрасити сайт незвичайними і фотореалістичними зображеннями, а й уявити об'єкт в більш вирашному вигляді, ніж фотозображення, дати можливість перегляду об'єкта з різних точок зору;

- QuickTime - комп'ютерна програма, створена для того, щоб розміщувати відеоматеріали в мережі Інтернет. QuickTime дає можливість публікації відео зі збереженням якості при доступних для перегляду в Інтернеті розмірах файлів. Також за допомогою QuickTime можна передавати відеозображення на сайт в реальному часі, використовуючи веб-камеру.

6. Виставковий дизайн

Виставковий дизайн - одне з активно розвиваються напрямків сучасного дизайну. Своєю появою вона зобов'язана промисловим тематичним виставкам. Найбільш великими є всесвітні виставки, що демонструють основні досягнення різних країн. Ідеї, які використовуються на подібних експозиціях, часто знаходять самостійність і стають зразками світової культури. Виставки набули масового характеру до початку ХХ століття. Наприклад, знаменита Ейфелева

вежа була споруджена для Всесвітньої виставки у Франції в 1889 році. Тоді був оголошений конкурс на зведення «залізної вежі висотою 300 м на Марсовому полі». Або скульптура В.І. Мухіної «Робітник і колгоспниця», що стала символом культури 1930-х років, створена для павільйону СРСР на Всесвітній виставці в Парижі в 1937 році. Виставковий дизайн являє собою синтез малої архітектурної форми, екстер'єру та інтер'єру, елементів промислового і графічного дизайну. При його створенні необхідно враховувати три параметра:

- художнє рішення;
- функціональність;
- дотримання технічних вимог.

Дизайн та обладнання виставкового стенду багато в чому залежать від того, наскільки послідовно і професійно впроваджуються в матеріальну і «віртуальну» середовище виставки елементи її фірмового стилю.

Фірмовий стиль виставки - це набір колірних, графічних, словесних, дизайнерських постійних елементів, що забезпечують візуальну і смислову єдність виставки, всієї вихідної від неї інформації, її внутрішнього і зовнішнього оформлення.

Одна з основних функцій виставкового дизайну - рекламно-інформаційна. При створенні виставки доводиться дбати:

- про замовлення площі для виставкового стенду у організаторів виставки;
- виборі дизайн-бюро або дизайнера, яким можна довірити розробку своєї «точки проживання» на виставці.

На промислових виставках експонент, т. Е. Той, хто знайомить відвідувачів зі своїм напрямком діяльності, як правило, хоче виділити, організувати особливим чином простір, де представлена інформація або пропонується їм продукція. Найкраще для цих цілей підходить виставковий стенд. До виставкового стенду пред'являються вимоги:

- він повинен виділятися і запам'ятовуватися, будучи втіленням вдалого концептуально-художнього рішення;

- повинен бути максимально функціональний. Адже при відносно невеликій площі (30 кв. м) експоненту можуть знадобитися інформаційна стійка для рекламних буклетів, зони для переговорів і відпочинку, технічні приміщення (склад, кухня). Розміщувати їх слід так, щоб було зручно і власнику стенду, і відвідувачам;

- повинен бути надійний, ергономічний, відповідати технічним нормам, заданим організаторами виставки;

- особлива умова - швидкість монтажу конструкції. На відміну від інтер'єрного рішення житлової квартири, на будівництво стенда відводиться в 10 разів менше часу.

Художня концепція стенду починається з висунення ідеї, яка може підказати напрямок діяльності компанії. Іноді її формулює сам замовник. Потім задум реалізують, як правило, в тривимірній комп'ютерній програмі, яка передбачає просторове зображення. Цілісність художнього образу досягається за рахунок ритмічно повторюваних елементів конструкцій в одному стилі. Обриси головної інформаційної стійки можуть нагадувати фірмовий знак

компанії-експонента. Колірна гамма стенду розробляється на основі фірмового стилю компанії.

Розробка концепції та в подальшому художньо-архітектурного проекту визначається:

- цілями участі у виставці;
- планованим результатом;
- наявністю творчого потенціалу у розробника виставкового стенду;
- асортиментом представляються товарів і послуг;
- передбачуваністю кількістю обслуговуючого персоналу і стендистів;
- корпоративним стилем і традиціями;
- існуючим іміджем;
- техніко-організаційними вимогами до виставкового стенду, його розмірами і типом;
- технічними характеристиками і кількістю експонатів;
- виставковим бюджетом.

Концепція стенду - це художньо-архітектурна ідея, задум дизайнера, передбачуваний образ, який створює єдиність і унікальність стенду, його особливу естетику і атмосферу. Це творчий пошук такого дизайнерського рішення, яке повинно гармонійно поєднувати в собі передбачуваний художній образ, імідж експонента, можливості технічної реалізації проекту і основний мінімум елементів оформлення. Але головне - це таке рішення, яке виділяє експонента серед конкурентів і привертає увагу відвідувачів виставки саме до його стенду, його товарам і його послуг.

У той же час художньо-архітектурний проект являє собою практичну конкретизацію концепції і є головним документом експозиційного, конструктивного і художнього рішення. Його зміст дозволяє остаточно визначити те, яким чином, за допомогою яких художніх засобів, в якому вигляді, розмірах, обсязі, за допомогою яких матеріалів і конструкцій можливі побудова виставкового стенду, розміщення експонатів, ведення переговорів і рух відвідувачів.

Художньо-архітектурний проект включає в себе необхідну кількість проєкцій стенду, ескізи і передбачувану план-схему архітектурного планування з використанням стандартного виставкового обладнання або конструкцій, які необхідно додатково виготовити.

Стенд можна побудувати з різних матеріалів, наприклад зібрати з конструктора (так званій системний стенд). Індивідуальний стенд будують, як правило, з ДСП, МДФ, різних видів пластику, перфорованих матеріалів, з мінімальним використанням елементів конструктора.

Роботи зі створення художньо-архітектурного образу учасника виставки починаються з аналізу інформації про експоненті. Розробник стенду повинен:

- досить повно вивчити існуючий корпоративний стиль експонента;
- фірмовий стиль компанії;
- торгові марки;
- слогани;
- рекламні публікації;

- відеоматеріали;
- приклади участі на інших виставках;
- ознайомитися з традиціями та сформованими пріоритетами.

Відсутність корпоративного стилю, наприклад при першому виставковому показі, презентації нової компанії, як правило, не робить істотного впливу на процес створення стенду. На практиці в таких випадках дизайнерські пропозиції орієнтуються на майбутній (передбачуваний) фірмовий стиль. Іноді використовуються елементи «одноразового» стилю, що розробляються спеціально під виставку.

Необхідно підкреслити, що корпоративний стиль - це одна з важливих складових іміджу експонента, і тому дбайливе і вміле поводження з ним багато в чому визначає успіх чи невдачу при розробці концепції та художньо-архітектурного проекту.

Розміри презентаційних площ безпосередньо залежать від кількості та величини експонатів, передбачуваної кількості відвідувачів і стендистів, і площа задається цілями участі у виставці. До презентаційним площам відносять всі поверхні (не тільки горизонтальні), які служать для демонстрації експонатів або їх реклами, включаючи інформаційні табло, монітори, проекційні екрани.

Місця для переговорів на стенді можуть бути представлені окремими кабінками, куточками для сидіння, просторими приміщеннями-офісами. Для спілкування на стенді можуть бути призначені столики для прийому відвідувачів, барні стійки, місця для розміщення інформаційних служб, міні-кафе.

Підсобні приміщення на стенді - це перш за все кухня, склад, місце для рекламних матеріалів, приміщення для персоналу, роздягальні. Кількість і характер підсобних приміщень можуть істотно варіюватися виходячи з функцій стенду і цілей участі у виставці.

Головним на виставковому стенді є:

- вивчення;
- товару;
- інформації;
- консультації і переговори на місці.

Дизайнером визначається співвідношення між презентаційною площею і площами, відведеними для переговорів і підсобних приміщень. Процентне співвідношення цих площ між собою дозволяє умовно поділити стенди:

- на «іміджеві» - більше переговорів, ніж показ експонатів;
- «торгові» - більше експонатів, ніж переговорів;
- «змішані» - відносна рівновага між переговорами і показом експонатів.

Правильна класифікація стенду по відношенню площ його функціональних зон, в свою чергу, також істотно впливає на розробку концепції і створення художньо-архітектурного проекту. Роботи по розбивці виставкового простору на функціональні зони мають важливе значення.

3. Сучасні тенденції виставкового дизайну диктують принципово нові умови. Сьогодні модний відмова від:

- камерності, характерною для інтер'єру;
- театральності;
- зайвої натуралістичним.

Дизайнери приділяють особливу увагу всієї конструкції, починаючи від підлоги і закінчуючи стелею. Стеля повинен розширювати простір кімнати або залу (тому стелі і розписують, як правило, видами неба), підлога повинна бути надійним і стійким. Пол прикрашають мозаїками, інкрустаціями, килимами. Але в принципі підлога повинна бути непомітний оку. Як тільки на підлозі щось починає відбуватися, він з архітектурного елементу перетворюється в художній.

Широкий вибір будівельних та декоративних матеріалів і новітні технології виготовлення елементів дизайну, використання спеціальної комп'ютерної техніки, ріжучих і друкуючих плотерів, самоклеючих плівок, різноманітних джерел світла, легких кольорових пластиків - все це дозволяє реалізувати практично будь-які художні ідеї з високою якістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алешина, И. В. Корпоративный имидж / И. В. Алешина // Секрет фирмы. – 2009. – № 1. – С. 50 – 53.
2. Ахтямов, Т.М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / Т. М. Ахтямов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №3. – С. 56 –59.
3. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Текст]: учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 511 с.
4. Законодавство України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>.
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст]: Экспресс-курс, 2-е изд. / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]: пер. с англ. (общ. ред. и вступ. слово Е. М. Пеньковой) / Ф. Котлер. – М: Прогресс, 1990. – 736 с.
7. Краткий словарь бизнес и маркетинговых терминов : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://www.bizataka.ru>.
8. Любодарская, К. В. Графический дизайн в системе маркетинговых коммуникаций на b-2-b-рынке / К. В. Любодарская // Маркетинговые коммуникации. – 2013. – № 2. – С. 86 – 95.
9. Любодарская, К. В. Упаковка: как разработать и оценить эффективность / К. В. Любодарская // Маркетинг и менеджмент. – 2013. – № 3-4. – С. 108 – 111.
10. Мелихов, Ю. Е. Дизайн в рекламе [Текст] / Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2006. – 208 с.
11. Михайлов, С. М. История дизайна. Том 2 [Текст]: учебник для вузов / С. М. Михайлов. – М.: Союз Дизайнеров России, 2003. – 270 с.
12. Михайлов, С. М. История дизайна. Краткий курс [Текст]: учебник для вузов / С. М. Михайлов, А.С. Михайлова. – М.: Союз Дизайнеров России, 2004. – 289 с.
13. О дизайне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.ux-design.ru>
14. Рунге, В. Ф. Основы теории и методологии дизайна [Текст]: учеб. пособие (конспект лекций) / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. – М.: МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.
15. Сайт Асоціації маркетологів: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.marketologi.ru>

Навчальне видання

САВИЦЬКА Наталія Леонідівна
ОЛІНІЧЕНКО Катерина Сергіївна

ОСНОВИ ДИЗАЙНУ В МАРКЕТИНГУ
конспект лекцій

Підп. до друку 05.12.16 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсет. Друк. офс. Обл.-вид. арк. 5,2.
Умов. друк. арк. 5,8. Тираж 30 прим..
