

бинация их совместной работы в процессе жизнедеятельности. Типы тектонических структур: каркас, оболочка, монолит, решетчатая система, подвесные, вантовые и надувные конструкции т.д. [10. С. 52].

**ТИПОЛОГИЯ** – расчленение систем объектов на составляющие и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Типология в дизайне – изучение и приведение в систему элементов предметно-пространственной среды исходя из типов потребностей или потребителей. Результат типологии – номенклатура или типологические ряды объектов, их классификация. [10. С. 53].

**ЦЕЛОСТНОСТЬ СРЕДЫ** – свойство архитектурного или дизайнерского объекта как органичной «живой» системы, где каждый элемент отражает свойства или часть свойств целого. Существование и развитие этого элемента есть условие существования и развития целого, а его деформация ведет к перестройке, ущербу или даже разрушению всей системы. Для зрителя целостность среды ассоциируется с завершенностью решения, узнаваемостью характера среды. Средства ее формирования – композиция и гармонизация [10. С. 148].

**ЭКСПОЗИЦИЯ** (от лат. exposition – выставление на показ, изложение) – в музеях и на выставках – размещение экспонатов в определенной системе (хронологической, типологической и пр.). Организованная определенным образом (тематически, композиционно, по сценарию) предметная среда для восприятия зрителем. Перенесение методологии экспозиции в область архитектурного, дизайнерского творчества открывает возможность при восприятии продуктов этого творчества видеть не только их функционально-смысловые глубины и тектонический строй, но и экспонированные зрительные связи между элементами объекта, реакции, их друг на друга, формально-пластические характеристики.

## **ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

**АДРЕСНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ДИЗАЙНЕ** – проектная рефлексия, учитывающая реальную структуру разнообразных (вкусовых, ментальных, демографических и др.) запросов индивидуальных заказчиков или социокультурных предпочтений групп потребителей дизайн-продукции.

**АНАЛИЗ В ДИЗАЙНЕ** – применяемое в ходе проектирования мысленное и фиксированное в языке выбранного метода дизайна расчленение объектов (явлений или изделий) на отдельные составляющие с целью получения необходимой информации. Объекты анализа в дизайне избираются в соответствии с проектной задачей. Он включает: анализ среды, природной (рельеф, вода, климат, зелень) и среды искусственной (архитектура, малые формы, предметное наполнение и т.д.); анализ социокультурной реальности (глобальной, региональной, местной); функциональный анализ, связанный с характером производства, потребления, формами протекающих процессов (образ жизни), коммуникативной функцией будущего объекта, санитарно-техническими формами обеспечения функции; анализ материалов и технологических возможностей; анализ прототипов; исторический анализ ситуации или вещи. Анализ в дизайне – инструмент логического подхода к проблеме, свойство мышления архитектора и дизайнера, необходимая предпосылка синтеза [10. С. 162].

**АНАЛОГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – проектирование по аналогу, прототипу (объекту, имеющему сходные с объектом проектирования назначение, функцию, образ). Неопределенная ситуация сводится к известному решению сходных задач, при этом результат минимально трансформирует знакомые решения. Изучение аналогов является необходимой частью подготовительного этапа проектирования – предпроектного анализа.

**АРХИТЕКТУРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – процесс создания проекта архитектурного объекта. Включает ряд этапов: исследование, анализ, поиск, эскизирование, моделирование, расчеты, производство, экспертизу, согласование. В своем завершенном виде объективируется в проекте-чертеже и макете. Они включают: разработку конструктивных и функциональных особенностей объекта (планы, разрезы, фасады, конструктивные элементы и узлы), решение по размещению основного и вспомогательного оборудования; по отоплению, вентиляции, канализации, освещению, электрооборудованию. Архитектор работает в контакте с инженерно-строительными и расчетно-конструкторскими службами и специалистами.

**АРХИТЕКТУРНО-СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН** – как самостоятельное направление проектной деятельности включает несколько видов средового

дизайна: архитектурного (интерьер, двор, жилое, общественное, промышленное здание или сооружение как целостность), градостроительного (улица, площадь, инфраструктура жилого района, промышленного узла, система городского транспорта, освещения и т.д.), ландшафтного и др. Каждый из них имеет свою специфику и степень соотношения с другими. Например, жилой и производственный интерьеры имеют достаточно специфические составы, методологию и несхожие аспекты проектного внимания. В дизайн городской среды могут входить различные объекты: фасады зданий, визуальные коммуникации, уличное оборудование, малые архитектурные формы, торговые павильоны и т.д., которые, в свою очередь, могут являться самостоятельными объектами дизайна или иметь общие точки с архитектурно-строительным проектированием. Например, «интерьер 1 этажа города», остекленные перекрытия улиц, фасадное или интерьерное озеленение, подземные переходы. К ним можно отнести и ландшафтные элементы интерьеров – фитодизайн, «японские сады», «зимние сады», законный пейзаж и т.д. Каждый из видов средового дизайна может иметь межвидовые включения графического или модельного дизайнов. Например, включение элементов фирменного стиля в эстетическую организацию производственной среды (транспорт, одежда, оформление фасадов и интерьеров). В рамках дизайн-образования архитектурно-средовой дизайн встречается редко. Подготовка дизайнеров ведется по его отдельным видовым составляющим: дизайну интерьера, ландшафтному, графическому и т.д. Это ставит проблему получения будущим специалистом профессиональных компетенций не только в рамках специализации, но и проектных и технологических навыков в смежных областях дизайна. (В.К).

**АССОЦИАТИВНЫЙ АНАЛИЗ** – особая область проектных исследований в дизайне, выявляющая источники и причинность конкретных предложений по формообразованию дизайн-объекта. Базируется на способности человека соотносить представления об объекте с накопленным опытом (чувственным или рациональным, оценочным). Продукт (идеального построения) сознания, интеллектуальная творческая рефлексия по отношению к явлению, предмету, сооружению, устройству. Может рассматри-

ваться и как генератор эмоционально-художественного содержания, и как исходная точка экстраполяции оригинальных идей из любых сфер знания. «Расширив до бесконечности палитру источников художественного смысла за счет любых форм мироздания — от прожилок зеленого листа и голограммы воздушных потоков в аэродинамической трубе до сантехники — дизайнерское искусство встало перед новой стороной собственной технологии. Это — задача расшифровки кодов воздействия и этих источников, и средств и приемов их эстетической интерпретации, и даже - выработки новых норм их отбора» [10. С. 166].

**АССОЦИАЦИЙ МЕТОД** (от лат. association – соединение) – способ формирования проектной идеи на основе сравнения далеких друг от друга явлений, предметов, качеств. Метод основан на поиске ассоциаций (ощущений, восприятия, представлений, идей и т.п.), имеющих отношение к теме, и последующем их применении в проектировании. Ассоциации различаются по сходству, контрасту и смежности. Ассоциативные образы, взятые из фонда памяти человека или машины, связываются, сопоставляются между собой в соответствии с задачами и логикой проектируемой системы. Целевая взаимосвязь образных характеристик различных объектов делает метод ассоциаций основой продуктивной проектно-преобразовательной деятельности, приводит к рождению оригинальных идей и форм, открытию новых отношений в проектируемой модели [10. С. 166].

**БРЕНД** (от англ. brand - клеймо) – термин в маркетинге, торговая марка; символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, слоган, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы); дизайн, разработанный для определённого товара в стиле, отличающем и выделяющем его на рынке сбыта. Существуют правила его создания: легкость произношения и запоминаемость; индивидуальность; представление качества и назначение товара; соответствие требованиям регистрации юридической защиты. Брендинг - процесс создания и управления брендом. Брендом может быть не только компания, товар или услуга, но также человек (часто звёзды шоу-бизнеса выпускают косметику под собственным именем) или административный объект – город, страна (на-

пример, французский город Канны, благодаря ежегодному кинофестивалю, или Лазурный берег). Нейминг - разработка названия торговой марки (бренда).

**БРЕНД БУК** – альбом рекомендаций по использованию фирменного стиля, положение о фирменном стиле. Документ состоит из двух частей: 1. Описание фирменного стиля: аннотации по назначению каждого элемента фирменного стиля, рекомендации по их использованию и технические характеристики. Общие положения о фирменном стиле (определение, цель, предназначение). Основные стилеобразующие элементы фирменного стиля (художественно-графические элементы, слоганы и др.). 2. Использование фирменного стиля: графическое исполнение всех пунктов фирменного стиля с подробной демонстрацией композиционного построения (художественно-графические стилеобразующие элементы, оформление атрибутов деловой деятельности компании, оформление наружной, теле- и радиорекламы, оформление инфраструктурных объектов).

**ВЕБ-ДИЗАЙН** (web-design, от англ. web - паутина) – проектирование интерактивных web-проектов (обычно главной страницы сайта и страницы второго уровня) и изготовление самого сайта. Производные: веб-студия, веб-программирование, домены (доменные имена), иконки (favicon, пиктограмма), контент сайта, ре-дизайн сайта, портал, промо-сайт, сайт визитка, стиль дизайна сайта, хостинг (размещение сайта), шаблоны макетов сайта.

**ГРАФФИТИ** (от итал. graffio - царапать) - впервые слово стало употребляться по отношению к надписям, найденным при раскопках города Помпеи в 1755 году, когда город был расчищен от вулканического пепла, под которым был погребен после извержения Везувия в 79 году н. э. Синтез суперграфики и шрифтового творчества, полулегальный вид самостоятельной изобразительной деятельности, часто граничит с вандализмом по отношению к общепринятым нормам организации среды. Одна из протестных форм непрофессионального дизайна, роспись аэрозолями, акрилом и др. стен, конструкций зданий и сооружений, транспорта. Сюжеты – буквенные комбинации и знаковые образы.

**ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО** - вид декоративного искусства, наряду с монументально-декоративным и оформительским; об-

ласть творчества по созданию эстетически–значимых предметов быта (утварь, мебель, ткани, орудия труда и пр.). Вместе с архитектурой и дизайном входит в группу неизобразительных искусств, служащих созданию материальной среды человека. Его отрасли классифицируются по материалу (металл, дерево, текстиль, керамика и т.д.) или по технике исполнения (резьба, роспись, литье, чеканка, интарсия и т.д.). Произведения ДПИ составляют часть эстетически и художественно значимого ансамбля предметной среды человека.

**ДИЗАЙН** (от англ. design — замысел, проект, чертеж, рисунок) – термин, обозначающий различные виды проектировочной деятельности, имеющей целью формирование эстетических и функциональных качеств предметно-пространственной среды (машин, вещей, интерьеров) и основанной на принципах сочетания удобства, экономичности и красоты. В узком смысле дизайн - художественное конструирование. Термин употребляется для характеристики процесса проектирования, результатов этого процесса – проектов, а также осуществленных проектов – изделий, средовых объектов, полиграфической продукции и пр. Дизайн родился в начале XX века как Industrial design – индустриальный дизайн. В дизайне сфокусировался комплекс явлений, связанных с хозяйственно-экономической жизнью общества, явлениями культуры в целом и искусства в частности. Выделяют следующие виды современного дизайна.

**Индустриальный дизайн** - проектирование формы изделий, продукции машиностроения, станкостроения, средств транспорта, вооружения. Наиболее массовый характер имеют предметы потребления: бытовые приборы, аппаратура, инвентарь, мебель и оборудование для интерьеров, посуда, столовые приборы, медицинское оборудование, изделия для детей (игрушки). Сюда же входит дизайн одежды и аксессуаров. **Графический дизайн** – один из наиболее распространенных видов дизайнерского творчества, продолжая многовековые традиции, он вместе с рекламой получил второе дыхание в начале XX века. Сфера его приложения: визуальные коммуникации, упаковка, реклама, полиграфическая продукция, веб-дизайн. Цель - информирование потребителя, упаковка и представление товара, услуги, фирмы. **Компьютерный дизайн** переходит из сферы прикладного состояния в самостоя-

тельный вид творчества, включая Web-дизайн. Сегодня построение графических изображений всей системы информации в сетях определяется своими, довольно жесткими правилами. **Дизайн архитектурной среды** – охватывает интерьеры и внешнюю архитектурную среду. Цель его - создание комфортной среды обитания в архитектурном пространстве. Сегодня появилось понятие **ландшафтного дизайна**, потеснившее традиционное садово-парковое искусство и ландшафтную архитектуру. Это создание искусственных, реабилитация разрушенных ландшафтов и декоративная дендрология с целью обеспечения экологического равновесия и создания комфортной среды обитания. **Дизайн выставочных экспозиций**, праздничного оформления среды жизнедеятельности занимает место на стыке графического дизайна и дизайна архитектурной среды, обладая специфическими особенностями и уже сложившимися традициями. **Арт-дизайн** (англ. art - искусство). Его особенность состоит в том, что усилия дизайнера направлены на организацию художественных впечатлений, получаемых от образа воспринимаемого объекта. Изделия лишаются утилитарного значения (или сохраняют его в малой степени) и становятся почти исключительно декоративными, выставочными, т.е. практически проектируются эмоции. Сегодня рынок предметов первой необходимости в постиндустриальных странах уходит в прошлое. В связи с переходом от покупок «по необходимости» к рынку «эмоциональных покупок» опыт создания произведений арт-дизайна все шире используется в проектировании продукции индустриального дизайна [26].

**ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ** — соединение в целостной структуре и гармоничной форме всех общественно необходимых свойств проектируемого объекта. Основные рабочие категории дизайнерского (художественного) проектирования — образ, функция, морфология, технологическая форма, эстетическая ценность. Предметом проектирования является структура, функциональные связи и эстетические качества предметной среды в целом и изделий как ее элементов.

**ЗОЛОТОЕ СЕЧЕНИЕ** - (золотая пропорция, деление в крайнем и среднем отношении, гармоническое деление), деление отрезка AC на две части таким образом, что большая его часть AB относится к меньшей BC так, как весь отрезок AC относится к AB (т. е.  $AB : BC = AC : AB$ ). Приблизненно это отношение равно  $5/3$ , точнее  $8/5$ ,  $13/8$  и т. д. Принципы золотого сече-

ния используются в архитектуре и в изобразительных искусствах. Термин "золотое сечение" ввел Леонардо да Винчи [27. С. 466].

**ИНЖЕНЕРНАЯ ПСИХОЛОГИЯ** – отрасль науки, изучающая психологические особенности труда человека при взаимодействии его с техническими средствами в процессе производственной и управленческой деятельности; результаты изысканий используются для оптимизации деятельности людей в системах «человек-машина», а также в эргономике при проектировании новых технических средств и технологий.

**КОМБИНАТОРИКА** (от лат. *combinare* – соединять, сочетать) – метод формообразования в дизайне, основанный на применении закономерностей разномановариантного изменения пространственных конструктивных, функциональных и графических структур объекта, а также на способах проектирования объектов дизайна из типизированных элементов путем перестановки, размещения, сочетания.

**КОМПИЛЯЦИЯ** (от лат. *compilation* – ограбление) – заимствование, соединение результатов чужих исследований и идей без самостоятельной обработки источников, а также сама работа, составленная таким методом. Существуют такие понятия, как компиляция чужих мыслей, текстов, решений, бездарная, беспринципная компиляция.

**КОМПОЗИЦИОННОЕ ФОРМООБРАЗОВАНИЕ** – процесс структурной организации элементов объекта дизайна; методический прием или учебное творчество, основанное на использовании возможностей таких категорий композиционного мышления, как масштабность, ритмичность, пропорциональность, тектоничность, пластичность и др.

**КОМПОЗИЦИЯ** (от лат. *compositio* – сочинение, составление, соединение) в дизайне - составление, соединение различных частей в единое целое в соответствии с какой-либо идеей и назначением. Существуют такие понятия как: композиционное равновесие, центр композиции, статичность и динамичность, симметрия и асимметрия. К средствам композиции относятся: пропорции, масштабность, метр, ритм, модуль, контраст, нюанс. В зависимости от особенностей строения формы различают три вида композиции: фронтальную, объемную и глубинно-пространственную. Характерным признаком фронтальной композиции является расположение элементов в плоскости, заданной горизонтальной и вертикальной

осями координат (например, фасад здания, плоскость стены в интерьере). Объемная композиция характеризуется расположением элементов по трем направлениям пространства, все три измерения одинаково активны. В сравнении с фронтальной композицией здесь значение пространства возрастает, хотя оно еще не становится господствующим и является лишь средством организации объема. Выразительность и ясность восприятия объемных композиций зависят от взаимосвязи и расположения их элементов, формы и вида поверхности, точки наблюдения, высоты горизонта. Глубинно-пространственная композиция характеризуется взаимоотношением материальных элементов, объемов, поверхностей и пространства, а также интервалов между ними. Примером глубинно-пространственной композиции может служить интерьер, заполненный мебелью. Ощущение глубины усиливается, когда в композицию включаются элементы, расчленяющие пространство на ряд последовательных планов. Этот прием часто используется в композиции театральных декораций, например, с помощью кулис и ширм.

**КОНЦЕПЦИЯ** (от лат. *conceptio*) - системное понимание, трактовка каких-либо явлений, основная точка зрения, аргументированная авторская позиция, руководящая идея, тенденциозное мнение, ведущий замысел, конструктивный принцип различных видов деятельности. Концепция развития объекта представляет собой совокупность мер по её обновлению в результате развития инновационных процессов. В проектировании концептуализация (концептуальный проект) является средством разработки и оформления инновационных проектных идей.

**ЛОГОГРАММА** (от греч. *logos* - слово) - любой символ, знак, который заменяет слово. Например, & вместо "и", # вместо "номер" (в США). Использование знаков вместо слов называется логографией.

**ЛОГОТИП** – (от греч. *logos* – слово, *typos* – отпечаток, форма, образец) - термин, обозначающий в XIX в. небольшие печатные формы, содержащие две или несколько часто употребляемых букв (например, вместо "and" - &), созданные в целях ускорения набора; позднее так стали называться адреса, названия или торговые марки, отлитые в виде печатной формы единым куском. Фирменный, товарный знак. В рамках фирменного стиля - эстетически оформленное название фирмы (аббревиатура, графема) используемое в рекламных целях и юридически защищенное.

**МАКЕТИРОВАНИЕ** - процесс изготовления макета. Макет – модель, образец будущего объекта в уменьшенном размере, в условном материале.

**МЕТОД** (от греч. *methodos* — путь исследования, познания, теория, учение) – совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности, подчиненных решению конкретной задачи. В качестве метода может выступать система операций на определенном оборудовании, приемы научных исследований и изложения материала, приемы художественного отбора, обобщения и оценки материала с позиций того или иного эстетического идеала и т.д. В дизайнерском творчестве метод представляет собой совокупность приемов, способов, целесообразных действий, направленных на упорядочение проектного процесса, отражает повторяемость приемов и путей дизайнерской деятельности [10. С. 190].

**МЕТОД «ВЖИВАНИЕ В РОЛЬ»** - проектирование с учетом прогнозируемой реакции и действий потребителя. Создавая предполагаемую модель потребления, автор должен понимать результат проектирования не только как программирование ролевого (духовно-практического) поведения людей, но как диалоговую коммуникацию объекта (изделия или среды) с адресатом художественного сообщения. Возможны два основных направления (пассивного или активного) взаимодействия потребителя с объектом дизайна, которые формируются в процессе восприятия, выбора и оценки вещи. Первое обеспечивает человеку сохранение и, возможно, закрепление уже выработанного им индивидуального стиля деятельности и вкусовой ориентации в предметной среде. Второе предполагает изменение стиля отношения и метода субъектной деятельности личности в среде обитания и формирование новых типов эмоционально-эстетического к ней отношения. Дизайнер, создавая новые вещи, закрепляет на новом уровне традиционные или строит новые мобильные формы организации предметной среды (*В.Климов*).

**МЕТОД И МЕТОДИКА В ДИЗАЙНЕ** – порядок достижения проектной цели, решение поставленной перед дизайнером функционально-пространственной, технологической и художественной задач, последовательность приемов или операций, необходимых для получения искомого результата;

система мер по оптимальной организации проектной (дизайнерской) деятельности. Включают несколько тесно взаимосвязанных разделов знания и комплексов работ: метод, методика, художественный метод, «ноу-хау», уточняющих порядок и последовательность проектных работ от самых общих установок до конкретных технологий, обеспечивающих достижение проектной цели. Особенностью методики в дизайне является нацеленность проектных действий одновременно и на прагматический, и на художественный результаты, причем иерархия соответствующих установок и путей их достижения может меняться в процессе работы. Это означает, что методика дизайнера должна содержать элементы, синтезирующие возможности инженерно-технического и художественного творчества, что предопределяет специфику его подготовки и технологии профессиональной работы [10. С. 190].

**МЕТОД «МОЗГОВАЯ АТАКА»** - метод стимуляции активности и продуктивности творческой деятельности за счет ее освобождения от ограничений, свойственным обычным, рутинным условиям работы, базируется на способностях человека в экстремальных ситуациях (ограниченное время) мобилизовать интуицию, возможности подсознания. Используется для решения широких, стратегических задач проектирования и прогнозирования или в коллективной творческой деятельности в бригаде, фирме. Разыгрывается игровая ситуация, в которой участвует несколько специалистов (часто смежных профессий). Пытаясь решить поставленную проблему, они используют определенные правила. Метод «мозгового штурма» целесообразно использовать при выполнении конкурсных проектов, клаузур на начальной стадии проектирования [10, С. 192].

**МЕТОД ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ** – в теории и практике искусства – система принципов, управляющих процессом создания произведения искусства. Структура искусства складывается из соотношения четырех основных компонентов – познания жизни, ее оценивания, преобразования и знакового художественного выражения полученной информации [10. С. 190].

**МЕТОДОЛОГИЯ** (от греч. *methodos* – метод и *logos* — понятие, мысль) — учение о структуре, рациональной организации методов и средств дизайнерской деятельности, высшая ступень представлений о методике в ди-

зайне. Методология является важнейшим компонентом этой деятельности, делая ее предметом осознания, обучения и рационализации. Методологическое знание выступает как в форме предписаний и норм, фиксирующих содержание и последовательность определенных видов деятельности (нормативная методология), так и в виде описания фактически выполненной деятельности (дескриптивная). В обоих случаях основой его функции является внутренняя организация и регулирование процесса познания или практического преобразования какого-либо объекта. Наиболее важными точками приложения методологии являются: постановка проблемы, построение предмета исследования, построение научной теории, а также проверка полученного результата с точки зрения его истинности, т.е. соответствия объекту изучения. В дизайне оба вида методологии находятся в процессе постоянного обновления, особенно дескриптивная часть, что объясняется ее особой ценностью для практической деятельности дизайнера. В настоящее время «описательная» методология более известна как «ноу-хау» [10. С. 191].

**«НОУ-ХАУ»** (дословно «знаю как» — англ.) — свод эксклюзивных научно-технических, коммерческих и организационно-управленческих знаний и сведений, владение которыми обеспечивает определенные преимущества лицу или предприятию, их получившему. «Ноу-хау» не патентуется, но может передаваться другим лицам. Приобретение «ноу-хау» часто происходит одновременно с покупкой лицензии на выпуск дизайнерской продукции, что облегчает и удешевляет налаживание производства, обеспечивает участие специалистов фирмы-продавца в отладке и контроле производственных процессов. В дизайне «ноу-хау», как правило, связано с индивидуальной стороной творческой деятельности и отражает манеру и стиль данного автора или художественный принцип «фирменного стиля» дизайн-бюро [10. С. 191].

**ОБРАЗ В ДИЗАЙНЕ** - эмоционально-чувственное представление о значении, смысле, качестве и оригинальности произведения дизайнерского искусства, категория эстетической оценки результатов дизайнерского творчества. Он существенно отличается от аналогичного понятия в других видах искусства, поскольку дизайн, с одной стороны, гораздо теснее их

привязан к прагматическому содержанию результатов своей деятельности, с другой — внешне не претендует на реализацию духовных целей художественного творчества. Тем не менее, выразительность и значимость образа в дизайне по ряду причин выдвигает его в ранг концептуально значимых явлений культуры.

Система образа в дизайне четко делится на три группы, отражающие природу их представления зрителю: цветографическую (сходную по средствам с живописью и рисунком в изобразительном искусстве), объемно-пластическую (аналогичную скульптурному творчеству) и пространственную — воспроизводящую возможности архитектурной организации нашего окружения. Соответственно усложнению палитры средств каждого последующего вида дизайна возрастает потенциал его образного восприятия.

Но при любом способе предъявления все дизайнерские образы имеют двойное происхождение: они несут потребителю информацию о характере тех бытовых или трудовых процессов, для которых приспособлены их «носители», и в то же время обладают несвязанными с ними визуальными свойствами (яркостью, пластичностью, композиционным построением и т.п.), которые зритель воспринимает как самостоятельный эстетический знак, «изобразительную структуру», живущую независимой от функции жизнью. Особенности восприятия (потребления) во многом определяют специфику свойств образа в дизайне. Среди них:

— функциональная окрашенность конкретного образного решения, указывающая через утилитарные задачи потребления на его роль в образе жизни данного человека или слоя общества;

— всеобщая узнаваемость образных характеристик, вызванная, с одной стороны, стремлением к оригинальности, запоминаемости их решений, с другой — массовостью их тиражирования, которая знакомит буквально все слезы общества с соответствующими визуальными прототипами;

— принадлежность наиболее ярких образных предложений в дизайне конкретной творческой личности, которая раскрывается через индивидуальные черты авторского «фирменного стиля» или другие признаки, присутствующие работам того или иного мастера или проектного сообщества;

— непрерывная смена частных визуальных характеристик — динамика декоративных вариантов, принципов технологических решений — при устойчивости базового понимания функциональных задач данного типа произведений дизайна (например, эволюция форм бытовых электроприборов); — принципиальная броскость, яркость формальных решений, нацеленная на привлечение внимания потребителя, «рекламность» их облика, связанная с коммерческим характером распространения произведений дизайнерского искусства в обществе.

Фактически все многообразие художественных вариаций образа в дизайне можно разделить на два потока: произведения рядовые, как правило, анонимные (массовая продукция, обладающая гармоничной «типовой» формой, но лишенная ориентации на индивидуальное видение данного типа), и изделия, комплексы и ансамбли «знаковые», определяющие линию развития той или иной сферы дизайна, приближающиеся к личностному ощущению образных характеристик, их индивидуальной трактовке и автором, и потребителем. Эти и многие другие особенности образных решений (кратковременность, эфемерность существования большинства графических объектов, упаковки, динамичность приемов освещения городской среды, смена моды в одежде и т.д.) делают категорию образа в дизайне совершенно самостоятельным явлением в теории культуры [10. С. 39].

**ПАРАДИГМА** (от греч. *paradeigma* пример, образец) – строго научная теория, воплощенная в системе понятий, выражающих существенные черты действительности; исходная концептуальная схема, модель постановки проблем, их решения, методов исследования, господствующих в настоящий исторический период. Взгляд на язык, культуру, профессию, науку, искусство, мироустройство, связанный с определенным философским течением, направлением в искусстве, стилем мышления в науке [27. С. 963].

**ПЛАСТИЧНОСТЬ В ИСКУССТВЕ** (от греч. *plastike* – лепка, скульптура) – объемные, осязательные качества художественной формы в скульптуре и в изображении на плоскости, художественная выразительность объемной формы. Исходное значение термина - эмоциональность, художественная цельность и образная убедительность объема в скульптуре, гармоническое соотношение выразительности моделировки и ощущения весо-

мости, внутренней наполненности формы имеет и более широкое значение в отношении к объемной форме во всех пластических искусствах - архитектуре, живописи, графике, декоративно-прикладном искусстве. Это гармоническое единство образа, наглядное, осязаемое явление прекрасного. Термин употребляется и в его физическом значении, обозначая способность материала принимать другую форму под давлением и сохранять ее (например, в мягких скульптурных материалах - глине, воске, пластилине или - мазков, фактуры масляной краски).

**ПРЕДПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ** - начальная стадия работ по дизайнерскому проектированию, цель которой преобразовать условия задачи в принципы ее решения, создать из описания потребности модель материально-пространственного объекта, удовлетворяющего эту потребность. Суть его методики в дизайне состоит в расчленении процесса исследования предлагаемой дизайнеру ситуации на ряд этапов, самостоятельных по целям и результатам работы.

Первый – обследование, знакомство с ситуацией, контекстом размещения будущего объекта, перечнем свойств, которыми он должен обладать. Техника этого этапа: изучение аналогов, обзор литературных данных и реальных прототипов, выяснение их положительных и отрицательных качеств, формулировка прямых задач дальнейшей работы. Второй этап – проблематизация задания. Ее смысл – восприятие задания как проблемы, т.е. столкновения противоречий между обстоятельствами будущей жизни объекта и эксплуатационными характеристиками его структур. Диалектика разрешения этих противоречий служит содержанием следующего смыслового этапа – тематизации (выбора «тем») арсенала возможных решений проблемной ситуации, которая предусматривает перебор таких решений, отнесенных к реальным слагаемым проектируемого комплекса: пространственным «телам», технологическим принципам и устройствам, системам оборудования и т.д.

Завершает предпроектный анализ сравнение «тем», т.е. предложений, распутывающих отдельные узлы проблемы, сведение их в разные варианты согласованного общего решения и выбор среди этих вариантов наиболее эффективного. Это еще не проект, а дизайн-концепция, принципиальная

дизайнерская идея будущего проекта, но уже содержащая его реально представимые формы: инженерно-технические, пространственные, процессуальные и т.д. Как правило, формулируется дизайн-концепция в виде какого-либо парадоксального тезиса, неожиданной метафоры, наиболее выпукло отражающей смысл дизайнерского предложения: «перетекающее пространство» в жилом доме, «сцена вокруг зала» в театре без антрактов, «город в городе» для гигантского супермаркета, «коммуникации – на фасаде» в здании центра Ж. Помпиду в Париже и т.д.

Обрабатывать исходную информацию можно проводя системный поиск – перебирая известные способы технологических решений проблемы, составлять их в типологические системы. Тогда выявленные в них «пустые» ячейки типологического ряда могут стать базой нестандартных дизайнерских идей. Существует и проблемный вариант формирования дизайн-концепции без прототипов – обусловленный новаторским видением проблем проекта и разработкой новых идей их решения [10. С. 196].

**ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО** - область искусства, произведения которого представляют собой художественно исполненные предметы утилитарного назначения. Понятию "прикладное искусство" близко понятие "декоративное искусство". Большинство художественных предметов обихода выполняют и декоративную, и утилитарную функции, поэтому оба эти понятия нередко заменяются общим понятием декоративно-прикладное искусство.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА ИЛИ КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ.** Проектный образ нацелен на восприятие его в контексте культуры потребления. В нем заложены (он моделирует собой) объективный и субъективный факторы: объективный фактор – реальное состояние культуры, социально-культурных процессов, социопсихологических особенностей, экономических факторов и т.д., которые характеризуют действительность; субъективный фактор – отношение к сформированному образу со стороны потенциальных адресатов проекта.

**ПРОБЛЕМА** (от греч. *problema* – задача, задание) – теоретический или практический вопрос, требующий изучения и решения. В реальной жизни проблема предстаёт как противоречие, т.е. осознаваемое людьми и значи-

мое для них несоответствие между потребностью и возможностью её удовлетворения, между целями и результатами деятельности, существующим и должным, между тем, что есть и тем, что хотелось бы иметь (достигнуть). Выявить проблему - значит обнаружить это несоответствие. Проблема – особый вид интеллектуальных задач, имеющих следующие характеристики: цель (ориентировочная основа для решения задач); условия, в которых даётся данная цель; потребность в достижении цели; недостаточность стандартных средств решения, вытекающих непосредственно из условий. «Проблематизация» в дизайне – методический прием расширения смыслового контекста поставленной перед дизайнером задачи и выведение ее из пространства стереотипных решений в сторону нестандартного решения проблемной ситуации (М. Панкина).

**ПРОДУКТИВНАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ** – творческий процесс, ориентированный не на воспроизводство прототипа, а на освоение нетрадиционных аспектов социально-культурного содержания объекта проектирования с учетом своеобразия его функционального назначения, на идеологическую значимость и общехудожественные задачи, на проблематизацию проектной ситуации. Разработка такого рода нетривиальных задач сопряжена с выдвижением новых идей на методологическом уровне, выбором особого «угла зрения» на возникающие в работе вопросы, выработкой новых пространственных концепций и нуждается в применении новых средств деятельности, соответствующих современному уровню научно-технического прогресса [10. С. 197].

**ПРОЕКТ** (от лат. *proiectus*, буквально - брошенный вперёд). Замысел, план, прототип, прообраз объекта. В технике, дизайне, архитектуре - комплекс технических документов, содержащий описание с принципиальными обоснованиями, расчётами, чертежами, макетами для создания, изготовления или реконструкции сооружений и изделий. Различают следующие стадии проектирования: проектное задание (эскизный проект), в котором выявляются возможность и целесообразность осуществления проектируемого объекта, устанавливаются основные технические и художественные решения и экономические показатели; технический проект, содержащий более подробную разработку принятых в проектном задании новых технологи-

ских процессов, строительных решений; рабочие чертежи (рабочий проект), определяющие окончательные формы и размеры всего проектируемого объекта и каждого его элемента, а также уточняющие технико-экономические показатели.

**ПРОЕКТИВГРАФИЯ** – метод проектно-графической деятельности «построения различных вещей» на базе компьютерной техники, развивающий существующие учения «о фигурах, пропорциях и отображениях» (в частности, начертательную геометрию). Это наукоемкий инструмент для достижения целей гармонизации в формотворчестве, в работе дизайнера, архитектора, инженера. Он сообщает творческой работе некоторое новое качество научного мышления, которое дается только специальными «проективными» методами преобразований в сочетании с привлечением комбинаторного мышления на основе перебора и изучения всех возможных перестановок пространственных элементов. Переход из трехмерного пространства в двухмерное, отображение на особым образом упорядоченном поле чертежа, является ключом расшифровки проектографических отображений, в «памяти» которых удерживаются многовариантные пространственные пластические решения формообразования. В проектографическом методе отображения преодолены два важных недостатка ортогонального метода — искажение отображения элементов пространства, не принадлежащих прямоугольной системе плоскостного пространства, и практическая невозможность в одних и тех же проекциях представлять различные пластические решения формы.

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – тип деятельности (наряду с планированием, программированием и др.) по предварительному определению общих целей и характера любой деятельности, лежащий в основе всей созидательной, преобразовательной практики и включенный в общую систему общественного производства [10. С. 197]. Процесс создания проекта – прототипа, прообраза предполагаемого или возможного объекта, состояния. Проектирование вообще — процесс создания, описания, изображения концептуальной модели несуществующего объекта с заданными функциональными, эргономическими и эстетическими свойствами. Оно осуществляется в том или ином языке (визуальном, вербальном, математическом), в терминах и

структурах которого обосновывается принципиальная возможность осуществления объекта и строится выходной текст проекта (его рабочая документация). Традиционными видами проектирования являются архитектурно-строительное, машиностроительное, технологическое. Складываются новые направления проектирования человеко-машинных систем, трудовых процессов, экологическое, социальное, инженерно-психологическое, генетическое и др. [27. С. 1061].

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ВООБРАЖАЕМЫХ УСЛОВИЯХ** – способ активизации творческого процесса за счет подстановки вместо реальных обстоятельств, задач и условий – экспериментальных, неожиданных или недопустимых в обычной жизни.

Способствует нахождению нетривиальных, оригинальных (на уровне изобретения) решений проектной задачи. Важные методические этапы – выбор и представление в виде «документа» воображаемых условий, написание «сценария» их воздействия и последствий. Далее осуществляется проектирование объектов для этой искусственно запроектированной среды, анализ его результатов и «перевод» проектных предложений в заданные условия [10. С. 197].

**ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОЦЕСС** – совокупность эволюционной смены состояния и форм развития модели создаваемого объекта. Представляет собой последовательность действий, началом которых являются накапливание данных о работе и выработка исходной целевой установки. На ее базе определяются направления дальнейшего поиска решения, оцениваются альтернативные варианты и ведется разработка выбранной идеи с последующим уточнением и взаимоувязкой подструктур модели. Завершает процесс графическое, макетное или словесное описание, представление проектной модели. В «классическом» дизайне задача синтеза функционально-компоновочного решения и его эмоционально-образного содержания предопределяет принципиальную схему процесса — параллельный поиск прагматических предложений техническая, организационная, пространственная «дизайнерская» идея и их эстетическая визуализация («художественная идея» — композиционная структура, зрительная трактовка ее элементов и т.п.). Эта схема достаточно эффективна во всех видах дизайна,

особенно в средовом проектировании, где приходится одновременно учитывать множество разнообразных факторов становления средового образа [10. С. 197].

**ПРОЕКТНАЯ ЗАДАЧА** – программный план операционной деятельности дизайнера, сопряженный с целями и условиями работы. Включает три компонента: исходное состояние, конечное состояние и процесс преобразования начального состояния в конечное (метод решения). Исходное состояние определяется программой, ситуацией и формулированием цели; конечное — и есть собственно проектная модель. Проектная задача представляет собой развитие проектного задания — программного документа, фиксирующего общие цели и установки работы [10. С. 198]. Проблемы осознаются, оцениваются, даже приветствуются и используются как стимулы для проектирования: на место функциональной оправданности вступает функциональный потенциал.

**ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА** - так называемая «третья культура» (после материальной и духовной), или «Дизайн с большой буквы» — реальная проектность как ценность и содержание многих видов деятельности человека и как особый тип его мышления. Поиск и моделирование нового образа культуры, способной преобразовывать различные знания и навыки в формы деятельности, которые уже стали реальностью бытия. Действительно, в жизни ежедневно и ежечасно, сами того не замечая, мы ставим и решаем различные проектные задачи. Проектирование, таким образом, становится естественной чертой нашего сознания, распространяясь почти на все сферы человеческого существования. Конкретизируя определение проектирования как деятельность, цель которой «положить начало изменениям в окружающей человека искусственной среде», английский теоретик дизайна Дж. К. Джонс отмечает, что оно охватывает деятельность не только конструкторов, архитекторов и других «профессиональных» проектировщиков, но также плановиков и экономистов, законодателей, администраторов, публицистов, ученых, специалистов прикладных наук, участников движений протеста, политиков, членов «групп давления» — всех тех, кто стремится изменить форму и содержание изделий, рынков сбыта, го-

родских систем бытового обслуживания, общественное мнение, законы и т.п. [31].

**ПРОЕКТНАЯ УСТАНОВКА** - авторская ориентация в системе целей и приоритетов при формировании архитектурно-дизайнерских объектов. Выделяют четыре ее типа: 1) «ситуативный» — внимание проектировщика сосредоточено на ценности некоего преходящего состояния в особой эстетической ситуации, когда объект выступает как средство ее осуществления; 2) «эстетизированный» — характеризуемый соотношением объектов с художественным идеалом; нередко предусматривается эстетическая ценность будущего акта созерцания при относительной незаинтересованности иными сторонами ситуации; 3) «прагматический» — рассматривающий объект как средство удовлетворения определенной потребности, когда на первый план выступает конкретная полезность вещи; 4) «профессиональный» (противоположный прагматическому) — создание объекта, ценного с точки зрения его «делания», предметом интереса являются приемы организации функции и формообразования, конструктивная структура, архитектоника, использование средств символической значимости, соотношение объекта с конкретикой среды и пр.

**ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ** – система мер, обеспечивающих адекватное отражение архитектурных и дизайнерских идей в условных формах подачи проектного материала в процессе проектирования. Автор постоянно проверяет предполагаемое эмоциональное и образное решение объекта, при необходимости вносит изменения в проект. Методология проектного анализа включает набор эмпирических советов и правил, позволяющих автору: отойти, посмотреть издали, «отвыкнуть» от непрерывного общения со своим детищем, увидеть его свежим, непредвзятым взглядом; сверить сделанное с внутренне сформулированной творческой задачей, найти объективные и случайные отступления от намеченной «идеальной цели»; проанализировать «формальные» качества работы: гармоничность, колористическую согласованность, ритмические и пропорциональные связи и закономерности; выбрать меры по исправлению недочетов или разработать способы усиления положительных впечатлений. Прием проверки является максимально полное моделирование предполагаемых натуральных впе-

чатлений графическими средствами (построение и отмывка теней, иллюзорное воспроизведение цвета и фактуры материала, внесение в чертеж или макет «масштабных указателей» — проекций людей, машин, антуража). Кроме того, проектировщику надо уметь представлять любую целостно задуманную проектную модель в виде предельно упрощенных условных схем, иллюстрирующих «частные» формальные или содержательные стороны замысла, например, в виде обобщенных композиционных схем. Дело в том, что в процессе «обрастания» дизайн-концепции реальными размерами, конструкциями, наборами оборудования исходная идея часто искажается, заслоняется случайными впечатлениями и подробностями. Другой прием — составление схем масштабной координации как на базе общих проекций объекта, так и для его фрагментарных предметно-пространственных сочетаний. Представляя, какие принципиальные масштабные впечатления («героический» или «камерный» масштаб) должен получить зритель от восприятия всего ансамбля, какие его компоненты должны осуществлять предполагаемые связи объекта с потребителем (тактильные контакты, подробное восприятие полной системы масштабных состояний, укрупнённые общие ощущения) автор может нацелено вносить необходимые преобразования в масштабный, а следовательно и в композиционный строй своего произведения [10. С. 199].

**«РАСПРЕДЕМЧИВАНИЕ» В ДИЗАЙНЕ** – методический прием, заключающийся в том, что предпроектная ситуация умозрительно лишается своей реальной предметности и выражается на языке смыслов, целей, задач и т.п., что позволяет затем наделить преобразованную ситуацию предметностью, неожиданной в первоначальном контексте (заново «опредметить» эти смыслы и цели).

**РЕКЛАМА** (от лат. *clamare* – кричу, восклицаю) – информация о товарах, различных видах услуг с целью оповещения потребителей и создания спроса, распространение сведений о ком- , чем-либо с целью создания популярности. Производные: рекламная идея, рекламная кампания, рекламное сообщение, рекламная стратегия, рекламный модуль, продвижение, целевая аудитория.

**СИНТЕЗ** (от греч. *synthesis* – соединение) – соединение (мысленное или реальное) различных элементов объекта в единое целое (систему). В дизайне – процесс упорядочения проектных сведений, сведение их в единое целое – проектный образ. Синтез неразрывно связан с анализом (расчленением объекта на элементы).

**СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАКАЗ** в средовом дизайне — требования, выдвигаемые обществом, его социальными группами, которым должна удовлетворять среда. Именно смена социального заказа является движущей силой процессов преобразования среды человеком. По мере изменения общественных условий, видов деятельности, эстетических взглядов и критериев в обществе возникает потребность в адекватном изменении среды его существования. Степень соответствия авторских предложений преобразования среды сложившемуся настроению общества и синхронизации преобразовательных процессов с эволюцией социального заказа в значительной степени определяют общественное признание работы.

Социальный заказ может быть выражен явно, в виде текстов, деклараций, вербальных суждений, или скрыто — в форме деятельностных процессов и психолого-поведенческих стереотипов образа жизни. Поэтому важной формой выявления социального заказа в средовом дизайне является предпроектный анализ, который должен конкретизировать и отразить в дизайн-концепциях развития среды не только традиционно устоявшиеся взгляды на качество и формы какого-либо средового объекта, но и их перспективные особенности. Проектирование с участием потребителя (партисипация), «защищающее» планирование, «арбитражное» проектирование направлены на выявление и максимальный учет в процессе средовых преобразований подлинного отношения потребителя к среде данного типа [10. С. 136].

**СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН** - дизайн архитектурной среды. Сюда относится проектирование художественных праздников, шествий, обрядов, выставок, а также программный дизайн, организующий масштабные объекты с учетом практических и художественных задач.

**СРЕДСТВА ПРОЕКТИРОВАНИЯ** – специфические приемы и методы, используемые дизайнером в процессе работы: проектные классификации,

композиционное формообразование, проектно-графическое моделирование, проектная графика и т.д. [10. С. 206].

**СТАЙЛИНГ** — художественно-проектная деятельность, направленная на формирование коммерчески выгодного нового внешнего решения объекта, но не затрагивающая его технологических качеств. В этом ее отличие от дизайнерского подхода, рассматривающего факторы технической целесообразности (эргономику, требования технологии, эксплуатации и т.д.) в качестве инструмента художественного творчества. Стайлинг наиболее тесно связан с модой, поэтому его течения, как правило, недолговечны.

**СТИЛЬ** (в дизайне) – художественно-пластическая однородность предметно-пространственной среды и ее элементов, выделяемая в процессе восприятия материальной и художественной культуры как единого целого. Характерный признак стиля – его сравнительное постоянство. Важной для дизайнера является тесная связь его проявлений с общественными и эстетическими нормами эпохи, а также ценностный характер этих проявлений. В дизайне стилевое решение часто носит концептуальный характер и выражает творческую платформу (например, «хай-тек», «ретро» и пр.). Под стилилизацией в дизайне понимается сознательное употребление признаков того или иного стиля при проектировании изделий (часто используется при таком подходе как стайлинг) или прямой перенос наиболее явных визуальных признаков культурного образца на проектируемый объект. Основная операция при этом – формализация пластических мотивов, их упрощение или усложнение в целях достижения общего смыслового и декоративного акцента. По сравнению с модой стиль гораздо теснее связан с социальными основами общества, его эстетическими установками. Как следствие, он отличается относительной устойчивостью. Применительно к творчеству одного автора (группы авторов, фирмы и т.д.) стиль означает характерные для этого художника (группы) приемы визуального отображения его творческой концепции [10. С. 50].

**СТИЛЬ ЖИЗНИ** – завершенное целостное проявление конкретного поведенческого стереотипа, одна из модификаций понятия «образ жизни» с характерными ритмикой, интенсивностью, темпом жизни, четко выраженными социально-психологическими чертами социальной общности. Стиль

жизни и связанный с ним стиль формообразования служат своего рода переходным звеном от проблем образа жизни к средовой проблематике. Предметно-пространственное окружение, отражая стиль жизни, создает не только основу поддержания складывающегося образа жизни, но и формирует условия целенаправленного влияния на его развитие, образуя диалектическое единство упорядоченности систем жизнеобеспечения в целом и индивидуализации, многообразия ее конкретных форм и ячеек. Как правило, стиль жизни есть развитие и следствие коренных особенностей данного образа жизни или его составляющих («богема», «ученые», «военные» и т.д.), и поэтому учет соответствующих требований, настроений, пристрастий — важная часть дизайнерского творчества. Создание целостной, органичной системы условий для определенного стиля жизни — один из путей формирования полноценной среды, обладающей качествами художественного образа, который как бы задает человеку, обществу способы эстетического освоения конкретного жизненного пространства и его предметного наполнения [10. С. 50].

**«СТИХИЙНЫЙ ДИЗАЙН»** - непрофессиональное и не отрефлексированное сознанием созидающее, непрерывно происходящее на основе природных склонностей человека к обустройству места своего обитания при помощи смекалки и следования собственным представлениям о красоте и порядке.

**СЦЕНАРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ** – методический прием, хорошо известный в прогнозировании. Аналогом его в дизайнерской практике является литературно-графическая форма, раскрывающая все стороны функционирования будущего изделия в реальной действительности, состояния, логическую последовательность, связь событий и т.д.

**ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА** – наука, изучающая социальные, функциональные, эргономические, технические и эстетические проблемы формирования гармоничной предметной среды, создаваемой средствами промышленного производства для обеспечения наилучших условий труда, быта и отдыха людей. Техническая эстетика изучает общественную природу дизайна и закономерности развития, принципы и методы художественного конструирования, проблемы профессионального творчества художника-

конструктора (дизайнера), совокупность требований к изделиям, к предметно-пространственной среде.

**ТИПОЛОГИЗАЦИЯ АДРЕСАТОВ ПРОЕКТИРОВАНИЯ** – методическая процедура, направленная на обеспечение адресного проектирования тиражированного дизайн-продукта, когда адресатом его не может быть каждый. Дизайн проектирование традиционно ориентируется на качественно определенный тип потребителя, которому и предназначается конкретное проектное решение.

**ТОВАРНЫЙ ЗНАК** – продукт промышленной графики, применяемый фирмой в качестве средства для идентификации своих изделий или услуг. В отличие от фирменного знака ставится только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно представляет собой название компании, монограмму или графическое изображение.

**ТРАНСЛИТЕРАЦИЯ** - изменение написания букв при переводе слов с одного языка на другой. Например, кирилличное написание буквы "п" соответствует латинскому варианту "р". Часто вынужденная транслитерация приводит к визуальной неузнаваемости слов. Например, слово *BOSCH* (нем.) и его соответствие БОШ отличаются количеством букв и их начертанием.

**ТРАНСФОРМАЦИЯ** – свойство предметно-пространственных объектов изменять свои формы и параметры в процессе существования или эксплуатации. Является одним из средств формообразования в дизайне.

**ФАКТОРЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ** — жизненные условия и обстоятельства, оказывающие влияние на формообразование, понимаемое как синтез ряда объективных социально-экономических, функциональных, деятельностных, инженерно-технических и других аспектов образа жизни. Наиболее полное отражение они находят в творческих концепциях, формулирующих цели и задачи проектирования. Существует особая проблема дизайнерского проектирования — классификация факторов формообразования, определяющая объективность тех требований, которые в данной концепции станут главными, «первичными». Приоритет должен принадлежать оптимальности функционирования объекта. Но в реальности акценты могут меняться, поскольку очень часто материально-технические и

эксплуатационные проблемы становятся главными в системе проектирования, вытесняя из процессов формообразования «человеческие факторы». Классификация дает возможность анализа вариантов влияния определенных групп факторов на морфологию объектов проектирования. Распространенное представление о соответствии функции и формы обычно сводит проблематику взаимодействия жизненных процессов и морфологию к вопросу — должна ли выражаться функция в форме или последняя «свободна» по отношению к функции. Анализ условий формообразования позволяет выявить и такие зависимости морфологии от жизненных обстоятельств, которые фиксируются не требованиями жизни, а выбором направлений проектного поиска: способов производства, материалов, конструктивных систем и т.п. Объективная обусловленность факторов формообразования и морфологии определяет специфику видов архитектурного и дизайнерского творчества, которые можно подразделить на три направления. 1. Многофакторное формообразование с доминированием организации процессов жизнедеятельности. Пример — жилище, главенствующее в городской среде. 2. Формообразование с доминирующими функционально-технологическими факторами — объекты производственного назначения, где определяющим являются требования к организации трудовых процессов. 3. Формообразование с доминирующим информационно-эмоциональным (социокультурным) фактором. К этому типу относятся некоторые общественные здания, садово-парковая архитектура и монументальные комплексы [10. С. 54]. Сегодня правила формообразования часто упразднены, идеологии разбиваются, изобретаются стратегии формообразования. Современные требования к формообразованию гласят: отрицать правила игры, возбуждать любопытство, отвергать нормы, отвергать правильность, ломать привычки, создавать возбуждающее, провоцировать.

**ФИРМЕННЫЙ ЗНАК** – один из элементов графического фирменного стиля, обозначающий, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак.

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ** - дизайнерское решение корпоративного стиля компании, совокупность графических, словесных, цветовых, пластических, акустических приемов, которые обеспечивают единство по всем продуктам

и услугам фирмы, улучшают запоминаемость и восприятие покупателями и партнерами не только товаров и услуг фирмы, но и всей ее деятельности, а также позволяют отличать ее продукты и деятельность от продуктов и деятельности конкурентов. Составляющие: фирменный знак, фирменный персонаж, фирменные цвета, фирменные шрифты, элементы идентификации, логотип, слоган (*М. Панкина*).

**ФИТО-ДИЗАЙН** – дизайн с применением, в основном, природных элементов, цветов и растений.

**ФЛОРИСТИКА** - искусство составления букетов, украшение цветами и растениями своей жизни человеком, одно из древнейших искусств. В каждой стране есть своя история, традиции, свои вкусы и опыт жизни, наконец, свои растения, поэтому искусство аранжировки, составления композиций из цветов и растений может сильно отличаться. Традиционное японское искусство аранжировки цветов – икэбана (дословно – «цветы, которые живут»). При создании композиции используются только отдельные части растений (листья, веточки, стебли), т.е. жизнь растения полностью не прекращается, каждый элемент имеет свое символическое значение: земля, человек, небо.

**ФОРМА** (от лат. forma – внешнее очертание, вид) — объёмно-пространственная структурная организация объекта, возникающая в результате содержательного преобразования материала; внешнее или структурное выражение какого-либо содержания, важнейшая категория и предмет творческой деятельности в искусстве, архитектуре и дизайне. Форма живет как в пространстве, так и во времени восприятия и несет в себе ценностно-ориентированную информацию. Форма в дизайне — особая организованность предмета, возникающая как результат деятельности дизайнера по достижению взаимосвязанного единства всех его свойств: конструкции, внешнего вида, цвета, фактуры, технологической целесообразности и пр. Отвечает требованиям и условиям потребления, эффективному использованию возможностей производства и эстетическим требованиям. Известно, что форма существенна, а сущность зависит от содержания. Эта важно для понимания отношений между формой объекта и сущностью явления, внутренней и внешней формой объекта. Дизайнеры всегда имеют

дело с формой, которая должна быть единой, цельной и выразительной, что означает не «раздвоенность» содержания и форма, а сложность, разносторонность содержания, переплетение структуры (внутренней формы) объекта или комплекса и его облика (условно — внешней формы). При этом имеется в виду создание условий для относительно полноценного протекания в форме процессов, вызвавших ее появление [10. С. 55].

**ФОРМООБРАЗОВАНИЕ** (нем. – formgeschaltung, gebung) – процесс создания формы в деятельности художника, архитектора, дизайнера в соответствии с общими ценностными установками культуры и требованиями, имеющими отношение к эстетической выразительности будущего объекта, его функции, конструкции и используемых материалов. Формообразование в художественном проектировании включает пространственную организацию элементов изделия (комплекса, среды), определяемую его структурой, компоновкой, технологией производства, а также эстетической концепцией дизайнера. Формообразование — решающая стадия дизайнерского творчества; в его процессе закрепляются как функциональные характеристики объекта проектирования, так и его образное решение. Термины проектирование, формообразование и композиция не тождественны. Так, если под проектированием следует понимать процесс создания чего-либо нового, в том числе новых формальных решений, то под формообразованием — смысл этого процесса, который заключается в создании новой содержательной **формы**, тогда как композиция есть процесс (часть процесса) проектирования и итог, в котором фиксируется результат организации формы изнутри, путем специфического структурирования материала объекта проектной деятельности. Одни теоретики рассматривают формообразование, в основном, как проектирование художественной формы, другие утверждают, что формы структурируют прежде всего реальную среду жизненных процессов и поэтому тесно взаимосвязаны с учетом всего комплекса социально-экономических, функциональных, инженерно-технических и других объективных факторов. В первом случае формообразование предстает как некое формотворчество. Однако по отношению к проектированию большинства объектов следует говорить о создании искусственной среды, где форма объекта — результирующее звено, которое

аккумулирует в себе свойства, обусловленные характеристиками процессов деятельности и поведения людей, рациональными принципами организации конструктивных систем и другими объективными факторами. Эстетическая (и художественная) организация объекта при таком подходе составляет только определенный аспект формообразования, который выражается в поиске свойств формы, наиболее существенных для восприятия соответствующей информации [10. С. 56].

**ФУТУРО-ДИЗАЙН** – прогностический дизайн будущего, экспериментальная творческая деятельность, определяющая потенциальные пути изменения потребительских качеств и (как следствие) визуального облика объектов и их систем, а также перспектив развития предметно-пространственной среды и образа жизни в целом [10. С. 209].

**ФЭНТЕЗИ** (от англ. *fantasy* – фантастика, фантазия) – художественное направление (жанр), построенное на органичном сращивании явлений и событий сверхъестественных, «сказочных» и запредельно придуманных проявлений всемогущества научно-технических достижений. В искусстве фэнтези появилось как часть фантастической литературы, где научно-технические предвидения дополнялись образами мистическими, необъяснимыми данными современного знания. Сплав «научного» и «чудесного», характерный для фэнтези, постепенно перекочевал из словесности в образы других видов искусства, прежде всего в кинематограф. Отсюда загадочные, алогичные, визуальные символы новой техники, новых проявлений общественных отношений перешли в обыденность современного дизайна, часто – в карикатурном, рассчитанном на иронию виде. Таковы «органические» контуры и расцветка нынешних утюгов и чайников, наплыв игрушек-трансформеров, асимметричные панели управления стиральных машин, вызывающая орнаментика игровых автоматов и других ярмарочных аттракционов, навеянные зрительным рядом эпопеи Лукаса «Звездные войны», слияние зооморфных и технических форм. Возникший как реакция на стерильно-техническую односторонность стилей «модернизм» и «хай-тек», фэнтези в дизайне пока что относится к разряду его маргинальных течений, но повышенное внимание к визуализации состояний, лежащих вне достижений инженерно-технического плана (формы растительно-

го и животного происхождения, природные и атмосферные катаклизмы) делает это направление весьма перспективным для прогнозирования зримых фрагментов общей картины ближайшего будущего, особой сферой художественного эксперимента в изобразительном искусстве и дизайне, использующем как объективные начала внешнего формообразования, так и ассоциативно-интуитивное, подсознательное формотворчество, опирающееся на сказочные и мистические мотивы.

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ОБРАЗНОСТЬ** (в дизайне) – идеально-чувственное предметное представление смыслов и идей произведения дизайнерского искусства, возникающее в процессе формирования замысла, проектирования, создания и восприятия (освоения) продукта дизайнерской деятельности; категория дизайнерского проектирования, отражающая многозначность структуры и ее органическую предметную целостность; художественная модель, созданная воображением дизайнера, выражающая его отношение к действительности. Одновременно (уже на стадии замысла) — целостная и завершенная форма. Художественная образность определяет такие аспекты подхода к проектированию, как художественное моделирование социально-культурных ситуаций, композиционное формообразование целостных объектов и смыслообразование, которое реализуется в структуре объекта. В процессе проектирования необходимо выявлять художественные возможности создаваемого произведения, в частности, возможности его идеологического воздействия на людей. Как отмечал Виолле-ле-Дюк, искусство есть форма, воплощающая мысль, а художник — тот, кто, создавая форму, добивается внушения через нее той же мысли окружающим. В художественном образе реализуется нераздельное единство формы и содержания, объективного и субъективного, обобщенного и единичного, чувственного и смыслового отражения действительности. Идеино-художественное содержание, воплощенное в произведении архитектуры и дизайна, всегда связано с его функцией в широком толковании этого понятия. Каждый такой образ одновременно и «авторский», и «зрительский». Если к этому добавить еще и то, что эти образы всегда вокруг нас, то станет очевидна их огромная роль в возникновении и формировании самых различных человеческих эмоций [10. С. 58].

**ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ** - методический прием, опирающийся на способность профессионального воображения к моделированию, в процессе которого создается целостный вымышленный мир, обладающий качеством эмоциональной убедительности.

**ХУДОЖЕСТВЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ** - творческая проектная деятельность, направленная на совершенствование окружающей человека предметной среды, создаваемой средствами промышленного производства; это достигается путем приведения в единую систему функциональных и композиционных связей предметных комплексов и отдельных изделий, их эстетических и эксплуатационных характеристик. **Художественное конструирование** (часто отождествляемое с дизайном) — неотъемлемая составная часть современного процесса создания промышленной продукции, предназначенной для непосредственного использования человеком; оно ведется в творческом контакте с инженерами-конструкторами, технологами и др. специалистами и призвано способствовать наиболее полному учету требований потребителя и повышению эффективности производства. **Художественное конструирование** опирается на теорию, разрабатываемую технической эстетикой, а также на данные экономики, социологии, психологии, эргономики, семиотики, системотехники и др. наук. Методы художественного конструирования складываются из художественно-конструкторского анализа (исследование исходной ситуации и построение объекта проектирования, функционально-эргономический и конструктивно-технологический анализ, композиционный анализ) и художественно-конструкторского синтеза (в процессе которого ведется функционально-эргономический поиск, работа над композицией изделия). Характерно моделирование объекта на всех этапах его разработки (в соответствующем масштабе и нередко в натуральную величину), позволяющее проверять и отбирать оптимальные варианты композиционных, цветографических, эргономических и др. решений; при этом модель служит не иллюстрацией к проекту, а как бы инструментом проектирования и, постоянно модифицируясь в ходе работы, становится, в конечном счете, эталоном опытного образца изделия.

**ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – понятие близкое по значению художественному моделированию, где эстетическая значимость самого процесса и результата проектирования самодостаточны; форпроект - наиболее распространенный жанр представления проекта, также пространственные макеты, кинетические модели.

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ-ТИП** - идеально-чувственное предметное представление смыслов и идей, возникающее в процессе формирования замысла комплексного средового объекта; художественная модель концепции таких объектов [10. С. 59].

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН** – область дизайна, создание экологически целесообразной среды обитания человека, сближение требований природной среды и культуры. Большое внимание уделяется экологическим аспектам производства и функционирования объекта, его материало- и энергоёмкости, безопасности для окружающей среды, возможности утилизации по окончании срока службы, психологическому комфорту потребителя.

**ЭПИГОНСТВО** – подражательная, лишённая творческой оригинальности деятельность в любой интеллектуальной сфере.

**ЭРГОНОМИКА** (от греч. ergo + nomos, работа + закон) – научная дисциплина, комплексно изучающая функциональные возможности человека в трудовых и бытовых процессах, выявляющая закономерности создания оптимальных условий эффективной жизнедеятельности и высокопроизводительного труда. Эргономические требования предъявляются к системе «человек – машина – среда» в целях оптимизации деятельности человека с учетом его объективных характеристик и возможностей и являются основой проектирования среды и оборудования. Поэтому эргономика является естественнонаучной основой дизайна. Антропометрические требования обуславливают соответствие структуры, размеров оборудования и среды форме, размерам и массе человеческого тела, соответствие характера форм изделия анатомической пластике человеческого тела. Физиологические требования обеспечивают соответствие оборудования физиологическим свойствам человека, его силовым, скоростным, биомеханическим и энергетическим возможностям. Психологические требования определяют соответствие оборудования, технологических процессов и среды возможностям

и особенностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики, навыков человека, психологическому типу личности. Психофизиологические требования обуславливают соответствие оборудования зрительным, слуховым и др. возможностям человека, условиям визуального комфорта и ориентирования в среде. Гигиенические требования регламентируют освещенность, газовый состав воздуха, влажность, температуру, давление, запыленность, вентилируемость, напряженность электромагнитных полей, излучение, шум, ультразвук, вибрацию, гравитационную перегрузку. Социально-психологические требования определяют соответствие оборудования и организации среды характеру и степени группового взаимодействия, устанавливают характер межличностных отношений, зависящий от содержания совместной деятельности.

Результаты эргономических исследований фиксируются в виде нормативов, стандартов и т.д., непосредственно используемых в процессе дизайнерского проектирования. Учет эргономических требований определяется также путем натурных испытаний на посадочных макетах, с помощью эргономического анализа изделий-аналогов [26].

**ЭСКИЗ** (от франц. *esquisse* - набросок) – в архитектурном искусстве: произведение вспомогательного характера, являющееся подготовительным этапом перед воплощением проектного замысла основными композиционными и графическими средствами. Исполнению значительного проекта обычно предшествует целая серия эскизов, поисковых набросков, клаузур, в которых автор ищет или разрабатывает удовлетворяющую его структуру целого. Размеры и техника эскизов очень многообразна – от беглых зарисовок карандашом, до разработанной композиции фор-проекта «в материале». Всякий полноценный эскиз должен давать представление об основном идейно-образном содержании и функциональном решении проекта (*В. Климов*).

**ЭСКИЗНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ** – этап работы над проектом, создание нескольких принципиально отличных вариантов решения стилистического и художественного видения автором будущего интерьера. Графический или модельный поиск оптимального решения объекта.