

5. Зедльмайер Х. Искусство и истина. И коммент. С.С. Ванеяна [Текст] / Х. Зедльмайер // Искусствознание 2, 1998. М.: Изд-во Института «Открытое общество. Фонд содействия. С.5-66.

6. Балаш А. П. Покидышев [Текст] / А.Балаш, Д.Северюхин М.: Белый город, 2007. 48 с: ил.

7. Лосский Н.О. Мир как органическое целое [Текст]: Избранное / О.Н.Лосский М.: 1991. 622 с.

Быстрова Т.Ю.

### **Модель человека в современном дизайне**

В истории дизайн–проектирования можно указать на две основных отрефлексированных модели человека – модернистскую и постмодернистскую, возникших в разное время и при различных социокультурных обстоятельствах, но зачастую сосуществующих друг с другом по сей день.

Для первой, сформированной на почве классической западноевропейской науки, проектности и системы ценностей, характерна математизация образа человека (эргономика, понятие «функция», Модулар Ле Корбюзье, классическое «школьное» цветоведение и т.п.). Она упрощает расчеты, но чревата редукцией и схематизмом.

Для второй основными концептами являются конвенционализм в отношении ценностей (в т.ч. эстетических), игра, ирония, использование цитат, отсутствие системности, метафоричность, активно используемые проектировщиками, начиная с группы «Мемфис» и работ Э. Соттсасса.

При формировании офисных и других рабочих пространств опора дизайнера на первую модель приводит к темам зонирования, стандартных норм освещенности или озеленения, и как следствие – появлению типовых обезличенных решений, приближающихся к инженерным. Даже в ситуации активной деятельности современный человек не может рассматриваться как элемент конвейера, экономическая единица или сугубо физическое тело, ведь культура начала XXI в. активно проговаривает такие ценности, как индивидуальность и индивидуализация, интерактивность в отношении с пространством и предметами, комфорт и психологическая защищенность и т.п. Модель оказывается «уже» проектных задач, встающих перед дизайнером.

Тупиковость постмодернистского проектирования предметной среды связана с развоплощением вещи в ходе превращения ее в метафору, формированием симулятивных пространств (что-то похожее культура переживала в первой половине XIX в., характеризуя предметную среду как

«театральную», «бутафорскую», неподлинную и т.п.). Имея иную природу, нежели собственно дизайн, «игрушки» арт-дизайна, скорее, развлекают и отвлекают, чем настраивают на рабочий лад. Такие предметы не имеют качества про-активности, т.е. не могут формировать определенные сценарии поведения человека. Создавая множество ярких образов, дизайн постмодерна решает в большей степени маркетинговые задачи, чем отвечает потребности в формировании гармоничной связи человека и предметного мира. Кроме того, увлекшись поиском новых внешних форм, дизайнеры не обращают внимания на глобальные изменения в человеке и культурном контексте, происходящие в последние два-три десятилетия. Иначе говоря, в ходе проектирования происходит либо забвение реального человека, либо подмена моделью «человек играющий (смыслами)».

Для раскрытия темы принципиально значима трактовка вещи как аккумулятора социокультурного опыта человека, проделанная нами ранее. Выделенные в ходе исследования девять смысловых уровней вещи позволяют всесторонне рассмотреть любой элемент предметно-вещественной среды, притом с учетом не только их индивидуальных особенностей, но и меняющихся обстоятельств контакта с вещью. Понимание скорости и плотности усвоения информации при восприятии вещей приводит к гипотезе о *первоочередной* роли предметных качеств и последовательности их представления в современных культурных процессах. Факторы, усиливающие эти процессы:

- общая визуализация и виртуализация культуры;
- клиповость и сиюминутность восприятия культурных феноменов большинством субъектов;
- субъективация реакций человека, отказавшегося от многих традиционных стандартов и норм;
- деформация эмоционально-чувственной сферы индивида под влиянием техники и технологий;
- полицентризм мышления проектировщика и потребителя, отсутствие устойчивости во взглядах;
- практически полное отсутствие типологий и классификаций потребителей, на которые можно опираться при проектировании элементов и систем предметного мира.

В этих условиях особый акцент проектировщикам придется делать на осмысление потребностей конкретного человека (группы людей) в конкретной ситуации. Проще всего идти по пути освоения антропологического, культурологического, маркетингового материала, зачастую посвященного

схожим темам. На первый взгляд, это не ново. Проектный дискурс дизайна предполагает синтетичное мышление, включающее в себя знания и навыки многих областей деятельности, но не теряющее специфики в силу уникальных целей дизайна (молодой Д. Сантакьяра – программа междисциплинарного экспериментального типа радикального проектирования, ландшафтный дизайнер и архитектор В. Нефедов, выявляющий средствами дизайна неповторимый «дух места»).

Однако даже представителями гуманитарного знания современный человек изучен недостаточно полно. Поэтому дизайнеру на этапе предпроектного анализа необходимо уточнять общетеоретические данные с помощью небольших опросов, анкет, интервью и т.п. Это позволяет детализировать модель человека в проектировании, учитывать длительность пребывания в том или ином пространстве, всесторонне учитывать контакт с предметной средой.

Главное отличие формируемой модели, которая может быть названа «ситуационной», заключается в ее динамическом характере. Проще всего представить это как систему противоречивых характеристик, каждая из которых способна изменяться в определенном диапазоне:

- активность – пассивность субъекта в пространстве;
- традиционное и инновационное в сценариях поведения индивида;
- индивидуальное (диктуемое изнутри) и имиджевое (диктуемое извне) в формообразовании;
- стереотипность и инновационность форм дизайна;
- репродуктивное и современное; модное и вневременное и др.

Сказанное не отрицает таких требований, предъявляемых к дизайн-проекту, как тираж или технологичность, но обеспечивает точность искомых нюансов формы в отличие от первой модели, где они зачастую просто не предполагаются, и второй, где проектировщик способен уподобиться художнику, ищущему вдохновения, но забывающему о нуждах конкретных людей.

Т. Ю. Воробьева

### **«Жёлтый + чёрный» в искусстве и дизайне русского сознания**

Мир движется в сторону тотальной информатизации. Интенсивный рост информативности также провоцирует рост контрастности по схеме открытая – закрытая информация, усложняя степень её распознавания. Пропорциональностью соотношения доступной и недоступной (закрытой),