

5. *Галария Н.А.* Формирование информационной культуры студентов // Человек, культура, образование. Уфа, 2006.
6. *Разлогов К.Э.* Новые аудиовизуальные технологии // Серия «Учебники и учебные пособия по культуре и искусству». М., 2005.

**О.В. ЛАРИНА**

## **ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ КРЕАТИВНОЙ ФУНКЦИИ ДИЗАЙНА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ**

Современный дизайн предполагает нацеленность не только на проектирование *объектов*, но, прежде всего, на острое, критическое осмысление всей многогранности *человеческого* существования. Мы исходим из определенной методологии. Дизайнер через предметное оформление проектирует *чувственность, визуальное поле созерцания, семантическое поле и направленность общения*. С позиций науки, субъективность есть отражение объективного: «предмет → субъективность». Это – *гносеологическое* отношение. Если мы обернем такое отношение и представим его иначе: «субъективность → предмет», то получим *эстетическое* отношение. В таком отношении не субъективное будет выражать объективное, а, наоборот, – предмет станет *зеркалом*, отражающим человеку богатство его субъективности (чувственности и т.д.), «комплексом ощущений» (Дж. Беркли)! Ибо чувственность замкнута на предмет, и в *действительности* она бывает как *предметно* выраженная чувственность. Работая с предметностью, дизайнер структурирует поле восприятия, задает чувственные модальности и многие другие компоненты субъективности человека. «Дизайн развивая и обогащая собственную философскую методологию, становится не супер средством, а посредником, искусством освобождения и саморазвития. Задачей дизайна становится предельная конкретизация потребления, индивидуализация результатов проекта, внедрение в практику... методов соучастия» [4, с.103].

В данной статье излагается опыт реализации дизайна в Политехнической гимназии № 64, города Н.Тагила. Исследовательское поле эксперимента определялось как реализация социальной активности дизайна между двумя полюсами – социальным заказом как проявлением внутрисредовой необходимости изменений и последующей социальной функциональностью реализованного объекта. Целью исследования является рассмотрение поля социальной активности дизайна в качестве процесса и в качестве эффекта полученных практических результатов.

Тематическое поле исследования сконцентрировало в себе соотношение таких компонентов, как социальный заказ, эстетическая деятельность (ценность, отношения), семантическое поле объекта (трансформация, обогащение), эвристический потенциал.

Практическая деятельность по осуществлению проекта эстетической организации общественного пространства интерьера гимназии заняла более трех месяцев, анализ рефлексии воздействия социальных потенциалов дизайна в практической среде требует более длительных сроков сбора и анализа информации.

Динамика эксперимента представляет собой структуру последовательных составляющих: социальный заказ, формирование теоретического базиса проекта (изучение среды проектирования, формирование целей и установок), дизайн-проектирование (практические эскизные разработки, функционально-прагматическая и художественная идеи, эстетическая, семантическая и эвристическая составляющие проекта).

Именно на промежутке практического синтезирования идеи, происходит стихийное образование новых семантических единиц и значений проекта и обогащение уже сформированных. Причем, в качестве источника креативной активности невозможно выделить одну из сторон (заказчик – дизайнер – потребитель), именно взаимная обусловленность цепочки с последовательностью описанной выше, вызывает к жизни социальные активы дизайна.

Существенным этапом эксперимента является непосредственное воплощение проекта, здесь открывается возможность наблюдения социальных функций дизайна (такие как эстетически-воспитательные, эвристические, коммуникативные) в их практическом применении.

Выбор условий проведения эксперимента этически и профессионально обусловлен установками гуманного дизайна XXI века, где социальный дизайн, находится в балансе с коммерческим. Учебные заведения, в силу ряда причин, почти полностью лишены внимания дизайнеров, в то же время, инвестиции в сферу образования, несмотря на свой более долговременный период перед коммерческим дизайном характер, находят благодатную почву, для умножения интеллектуального и эстетического капитала нашей страны.

Социальный заказ формулируется в качестве требований, выдвигаемых социальными группами, которым должна удовлетворять среда. Социальный заказ может быть выражен явно, в идее различного рода 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 формы какого-либо средового объекта, но и их перспективные особенности [1, с.136].

Заказчиком выступила Политехническая гимназия № 64, города Н.Тагила, образовательная политика которой базируется, на установках

гармоничного соединения традиций с актуальными тенденциями времени. Скорее, исключением из общей картины является внимательное отношение руководства гимназии к эстетическим составляющим учебного процесса, в том числе, к средовому оформлению, центральной идеей которого выступает сбалансированное отношение между *информационной и эстетическими* составляющими.

Проведенный в рамках эксперимента анализ социальной активности выявил приоритетные критерии организации средового пространства:

— эргономическое соответствие и безопасность (соответствие нормам освещенности, выбор адекватной колеровочной шкалы, предпочтительное использование нетоксичных материалов, обладающих повышенным запасом прочности);

— информационная и символическая наполненность (к необходимому визуальному ряду отнесены: школьная символика, гимн гимназии, образно-художественное решение должно раскрывать общую профессиональную ориентацию учебного заведения и сферы его интересов);

— эстетическая (использование в организации пространства современных, эстетически-оправданных материалов).

Данные критерии определили основные векторы для формирования дизайн-концепции, развитие которой предполагало выделение на основе общих требований конкретных образных решений, адекватно связанных вышеперечисленными критериями.

Дизайнерская (функционально-прагматическая) и художественная (эмоционально-образная) идеи позиционируются в данном проекте как диалектическое противопоставление и единство содержательных задач дизайнерского проектирования, необходимых для синтетического формирования образа в дизайн-концепции. Художественная идея в дизайне не может существовать без своего «антипода» – дизайнерской идеи, технического (функционального, социального) принципа разрешения наметившихся в средовой ситуации противоречий, которая является прагматической базой смыслообразования в дизайне. Так, например, инженерные системы освещения подсказывают принципы планировки подземных пространств, визуальные коммуникации разрешают проблемы ориентации в среде и т.д. Исходные противоречия могут обладать различным характером, но в любом случае дизайнерский подход начинается с утилитарно-прагматического решения реальных жизненных проблем за счет грамотной организации процессов, использования новых технологий, материалов и т.д. Основной задачей на этом этапе представляется придание этим решениям целесообразной формы, согласованной с функцией, окружением и ожиданием потребителя. Сумма полученной информации позволила четче обрисовать исходную точку в пространстве эксперимента.

Характер эксперимента, начальным этапом исследования которого является рассмотрение поля социальной активности дизайнера в качестве процесса проектирования, обуславливает более подробное рассмотрение производных данной ситуации – «эстетической ценности» и «эстетического отношения».

Эстетическая ценность в данном контексте выступает как особое понимание сути объекта, возникающее в процессе его чувственного восприятия и переживания. «Требование вызвать у человека положительную реакцию (высокую эстетическую оценку) является важным прежде всего потому, что такая целостная оценка есть подлинно человеческая, оценка с позиций культурного развития человека, при которой предмет эстетического отношения предстает пред ним не с одной стороны, а всесторонне» [1. с.64] Целостность пространственной среды складывается из множества черт, таких как целесообразность структуры, гармоничная связь всех ее элементов, художественной своеобразия, адекватность конкретной социальной ситуации и т.д. Что, в свою очередь приводит к разнообразию форм эстетической деятельности.

Для понимания природы и сущности эстетических отношений важна мысль К. Маркса о том, что в процессе «очеловечивания вещей» они начинают «жить двойной жизнью». Материальный фундамент общественной жизни необходимо надстраивать собственно человеческим отношением, в котором вещи теряют «голую полезность» и выступают как зеркало общественных отношений, человеческих способностей, идеалов, ценностей в таком пространстве «человек удваивает себя» и «созерцает самого себя в созданном им мире» [3, с.11]. Такое понимание сущности общественной практики позволяет сформулировать понятие эстетического отношения, в русле которого свойственные предметно-пространственной среде качества получают соответствующую выразительную форму, гармонически организованный в процессе деятельности дизайнера продукт становится для воспринимающего утверждением его общественной сущности и творческих способностей. В эстетических отношениях, поскольку они являются одним из проявлений подлинно человеческого отношения к миру, человек присваивает себе свою сущность всесторонним образом, то есть как целостный человек. Универсальность отношения человека к миру, в эстетическом суждении проявляется во всей мере культурной развитости индивидуума, с одной стороны, и культурного развития общества с другой.

Связанная с этим отношением дизайнерская деятельность имеет целью, как познавательные, так и воспитательные задачи, а в качестве перспективы – преобразование самой действительности.

Определившись с установками социального заказа и обозначив приоритеты проектирования, открывается уровень синтеза *художественных* образов. Таким образом, от точки стартового формирования информации до планируемых финальных концепций дизайн-проекта образовалось поле социальной активности дизайнерской практики.

В поисках нового образного решения, отражающего миссию образовательного учреждения, сформированы визуально-семантические доминанты проекта, символизирующие два направления деятельности гимназии: гуманитарное и техническое, составляющее направленность учебного заведения.

Предложенный проект задал новые импульсы в развитии образовательной деятельности, таким образом, трансформируя и обогащая семантику среды.

Семантика среды в данном контексте трактуется в качестве специфической функции среды как *внеязыкового культурного текста*, обладающего информационной, просветительной ролью. Одним из приоритетных свойств таких семантических трансформаций является формирование *культурных коммуникаций*, осуществляемых в процессе трансляции *визуально-кодируемой* информации. Ведущими понятиями, которые задают разные формы осуществления коммуникации, становятся «смысл» и «значение». И если смысл задает форму существования знаков и языковых выражений в коммуникации, то значение задает их форму существования в процессах трансляции, в системе культуры. «Значение», таким образом, трактуется как искусственные знаковые конструкции, выступающие как дополнительные культурные средства организации понимания. «Смысл», в отличие от «значения» всегда ситуативен, связан с феноменальным процессом понимания, поэтому помимо нормативного содержания значения», он определяется множеством иных факторов: ситуацией, с которой связано понимание, самоопределением человека, его установками, ценностями и целями, знаниями и многим другим» [2, с..940].

Эвристический потенциал проекта раскрывается в процессе воздействия *семантического* поля проекта на зрителя (реципиента). Здесь происходит идентификация наличных смыслов и формирование *мотиваций* к познанию новых. Социальная активность дизайна в средовом проектировании, на примере эксперимента, разворачивается как процесс создания условий для *сотворчества* всех, кто собственным участием формирует художественные и социальные свойства среды и общения.

#### *Литература*

1. Дизайн: Иллюстрированный словарь-справочник / Под ред. Г.Б. Минервина, В.Т. Шимко. М., 2004.
2. Новейший философский словарь. Мн., 2001.

3. *Маркс К., Энгельс Ф.* Избранные произведения: В 3 т. М., Т.1.
4. *Мосоров А.М., Мосорова Н.Н.* Теория дизайна: Проблемы онтологического и методологического знания. Екатеринбург, 2004.

**Н.А. ФАТЕЕВА**  
**ПРОБЛЕМА ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ**  
**ИСКУССТВЕ**

Известный отечественный философ С. Булгаков считал религиозный культ – духовной родиной культуры. Это особенно очевидно сегодня, когда семидесятилетнее «отлечение» от религии породило в обществе такую серьезную опасность как бездуховность, оказавшую влияние на все направление национальной культуры. Следствием этого можно считать незнание или игнорирование национальных ценностей, провозглашение приоритета материальных благ над духовными, значительное увлечение западными идеями и идеалами.

Осуществляемое сегодня стремление обозначить свою национальную самоидентификацию, вернуть нравственную составляющую во все сферы деятельности человека, обрести ценностный багаж религиозного мировоззрения, являются шагами, способствующими реальному духовному возрождению.

Обратимся к особенностям возникновения и функционирования части нематериальной культуры, транслирующей свое содержание с помощью художественных средств выразительности.

Религиозный культ был основой, сформировавшей ту часть духовной культуры, которая нашла свое выражение в произведениях искусства. Сакральные смыслы пронизывали древнейшие религиозные культуры египтян, эллинов, византийцев, находя свое выражение в скульптурах, фресках, вокальной и инструментальной музыке, священных театральных действиях. Они составляли смыслы храмов Древней Руси, ее знаменитых «черных досок» и уникальных «знаменных» распевов. «Сакральное» проявляется и сегодня, пройдя сквозь пласты многовековой истории в виде самостоятельно существующего религиозного направления в искусстве.

Однако доминанта религиозно-духовного наполнения жизни всегда сосуществовала одновременно с нерелигиозными процессами, сформировавшее свое особое пространство. Постепенно в нем получили развитие разнообразные виды и жанры искусства, осуществлявшие свое функционирование параллельно религиозному направлению: пейзаж или натюрморт в живописи, декоративные барельефы и украшающие фасады скульптуры, оды и баллады в литературе и музыке, карнавалы и театрализованные представления. Все они выполняли иные функции – обеспечивали эстетический комфорт и передавали эмоционально