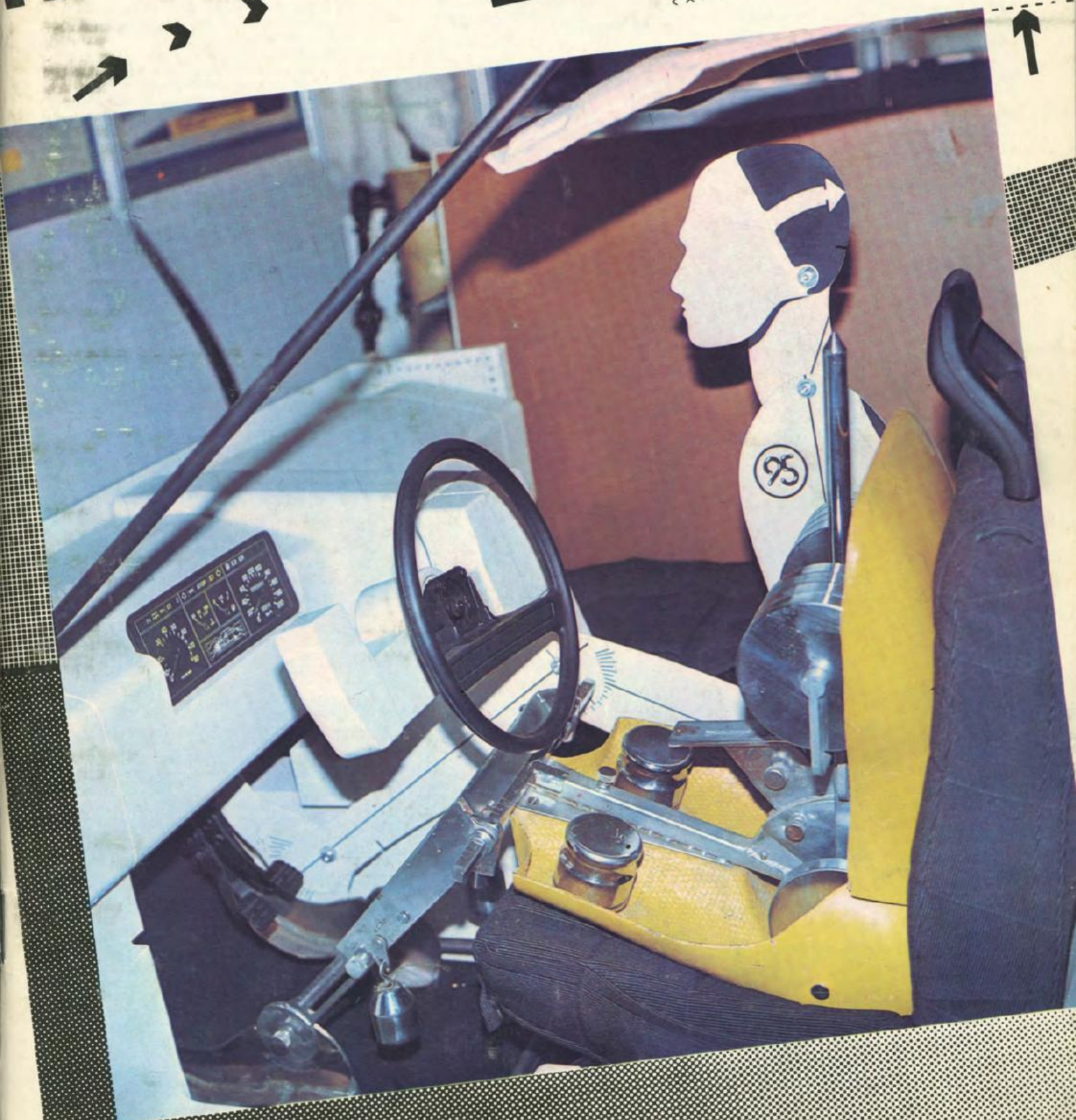


техническая эстетика

ISSN 0136-5363

10/1988



Издается с 1964 года
10 (298)

Главный редактор
СОЛОВЬЕВ Ю. Б.

Члены редакционной коллегии

БЫКОВ В. Н.,
ДЕНИСЕНКО Л. В.
(главный художник),

ЗИНЧЕНКО В. П.,
КВАСОВ А. С.,
КУЗЬМИЧЕВ Л. А.,
МУНИПОВ В. М.,
РЯБУШИН А. В.,
СИЛЬВЕСТРОВА С. А.
(зам. главного редактора),

СТЕПАНОВ Г. П.,
ФЕДОРОВ В. К.,
ХАН-МАГОМЕДОВ С. О.,
ЧАЯНОВ Р. А.,
ЧЕРНЕВИЧ Е. В.,
ШАТАЛИН С. С.,
ШУБА Н. А.
(ответственный секретарь)

Разделы ведут

АЗРИКАН Д. А.,
АРОНОВ В. Р.,
ДИЖУР А. Л.,
ПЕЧКОВА Т. А.,
ПУЗАНОВ В. И.,
СЕМЕНОВ Ю. К.,
СИДОРЕНКО В. Ф.,
ТИМОФЕЕВА М. А.,
ФЕДОРОВ М. В.,
ЧАЙНОВА Л. Д.,
ЩАРЕНСКИЙ В. М.

Редакция

Редакторы
ВЛАДЫЧИНА Е. Г.,
ПАНОВА Э. А.
Художественный редактор
САПОЖНИКОВА М. Г.
Технический редактор
ЗЕЛЬМАНОВИЧ Б. М.
Корректор
БРЫЗГУНОВА Г. М.

Издающая организация — Всесоюзный
научно-исследовательский институт
технической эстетики
Государственного комитета СССР
по науке и технике

Адрес: 129223, Москва, ВДНХ СССР,
ВНИИТЭ, редакция журнала
«Техническая эстетика».
Тел. 181-99-19
© «Техническая эстетика», 1988

В номере:

КРУГЛЫЙ СТОЛ

1 Проектная деятельность, ориентированная на человека

ДИЗАЙН СРЕДЫ

5 КОНОПЛЕВ В. А., РИМКУТЕ Д. Э.
Производственные интерьеры «Ростсельмаша»

ДИЗАЙН И СОЦИОЛОГИЯ

9 ГОФМАН А. Б.
Экспансия молодежного стиля

11 ЛЕВИНСОН А. Г.
Конец молодежного стиля

ПРОЕКТЫ, ИЗДЕЛИЯ

14 СИДОРЕНКО Е. В.
Галстуки. Проблема развития жанра

НАШИ ИНТЕРВЬЮ

16 Экологический дизайн: поиски, результаты

МИР ГРАФИКИ

18 Перестройка и плакат

ОБРАЗОВАНИЕ

21 ЦАРЕВА А. К.
К вопросу об интеграции инженерной и дизайнерской деятельности

В СОЮЗЕ ДИЗАЙНЕРОВ СССР

22 АНДРЕЕВА И. А.
На этот раз — в Дентоне

МАТЕРИАЛЫ, ТЕХНОЛОГИЯ

25 КРЕСТНИКОВ В. А.
Эталонирование декоративных свойств материалов

ДИЗАЙН ЗА РУБЕЖОМ

28 Год дизайна в Японии

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ

29 В поисках своей темы

1-я стр. обложки:
Трехмерный посадочный макет для эргономических исследований рабочего места водителя
Фото Л. В. ДЕНИСЕНКО,
В. А. РОГОВА

В этом номере были использованы иллюстрации из журналов: «Science et Vie», «Design», «Industrial Design» и др.

Сдано в набор 04.08.88 г. Подп. в печ. 02.09.88 г.
Т-14042. Формат 60×90¹/₂ д. л.
Печать высокая.
4,0 печ. л., 5,94 уч.-изд. л.
Тираж 26 000. Заказ 4827
Московская типография № 5
Союзполиграфпрома при Государственном комитете СССР по делам издательства, полиграфии и книжной торговли.
129243, Москва, Мало-Московская, 21

Проектная деятельность, ориентированная на человека

«Круглый стол» на эту тему стал центральным событием Второй всесоюзной конференции по эргономике, о которой «Техническая эстетика» рассказывала в предыдущем номере.

В. М. МУНИПОВ,
канд. психологических наук, ВНИИЭТ

...Я не мыслю непроектной эргономики...

Что такое эргономическое проектирование? В каком соотношении находится оно с эргономическими исследованиями? Какое место занимает в общей системе проектирования? Как связано с новыми видами проектирования, таким, например, как социальное проектирование? Многие проблемы эргономики как бы концентрируются вокруг этих вопросов, ставших темой нашего «круглого стола». Однако прежде чем говорить о «проектной деятельности, ориентированной на человека», надо все же понять, что есть собственно проектирование, разобраться в тенденциях развития этой сферы деятельности.

Дискуссии о том, что такое проектирование, идут сейчас во всем мире. В последние годы появилось много радикально новых, интересных подходов к проблеме проектирования, в частности, они отражены в монографии английского ученого К. Джонса «Методы проектирования», которая вторым изданием вышла в Советском Союзе. Но даже этот огромный труд, в котором блестяще обобщены все современные методы проектного анализа, — лишь вершина айсберга. Природа проектирования продолжает обсуждаться на многочисленных симпозиумах, конференциях, предлагается много интересных концепций, подходов. В условиях перестройки необходимо интенсифицировать разработку проблем проектирования, так как от этого во многом зависит ускорение технического прогресса, усиление его социальной ориентации.

Достаточно сложна и проблема соотношения эргономического проектирования с экспериментом в эргономике. Прежде всего настало время для осуществления программы по коренному изменению эксперимента в эргономике, о которой еще в 1962 году говорил американский ученый Дж. Ликлайдер. Тогда его идеи вызвали бурную дискуссию. Например, другой американский ученый А. Чаланис назвал предложения своего коллеги фантастическими. Мысль Ликлайдера заключалась в том, что традиционный эксперимент в эргономике неадекватен практике разработки сложных систем, и если мы с вами хотим участвовать в создании этих самых сложных систем, то надо так изменить эксперимент, чтобы он стал адекватен этому процессу, его временным и пространственным характеристикам. В частности, он говорил об автоматизации эргономических исследований, о необходимости разработки

принципиально новых и более эффективных способов планирования эксперимента, а также создания таксономии систем «человек—машина» и программ для моделирования указанных систем на ЭВМ. Сегодня большинство его предложений осуществляется во многих промышленно развитых странах.

Например, три года назад на симпозиуме НАТО по проблемам эргономики (такие симпозиумы в НАТО проводятся регулярно) было отмечено, что все инженеры этой организации получили эргономическое образование, причем в обязательном порядке, в соответствии с программой высших учебных заведений, а не на каких-то курсах. С другой стороны, все эргономисты получили инженерную подготовку университетского уровня. Было подчеркнуто, что большинство специалистов НАТО, занятых сегодня в области эргономики, фактически являются проектантами. И в этом есть, на мой взгляд, глубокий смысл, так как это позволяет более эффективно использовать достижения эргономики уже на ранних этапах проектирования. Можно только сожалеть, что перспективные проблемы развития эргономики разрабатываются прежде всего применительно к созданию и использованию военной техники.

И вот, открывая наш «круглый стол», хочу сказать: я тоже не мыслю непроектной эргономики — в противном случае это может быть все что хотите, только не эргономика. Тенденции развития, которые проявляются в подготовке кадров и в практической работе эргономистов, доказывают это однозначно. Обсуждение путей становления такой эргономики заслуживает всеобщего внимания. Предварительным условием продуктивности нашего обсуждения должна стать корректная постановка проблемы проектирования, ориентированного на человека. Разрешите пожелать, чтобы наш «круглый стол» ярошел в творческой, критичной, доброжелательной атмосфере.

О. И. ГЕНИСАРЕТСКИЙ,
культуролог, ВНИИЭТ

...Эргономика может претендовать на роль лидера проектной культуры...

Хотелось бы начать с нескольких слов о проектной культуре. Проектирование сегодня есть тип деятельности, самостоятельной и в интеллектуальном, и в социокультурном смысле. Его место в культуре XX века вполне сравнимо с местом познания, творчества и других опирающихся на тысячелетние традиции деятельности. Авторы известного метапроекта «Университас» утверждают, что к XXI веку проектирование неизбежно породит новый тип

университета, который к этому времени станет сугубо проектным.

Повторяю еще раз — самостоятельность, интеллектуальная значимость проектной деятельности сегодня очевидны. Менее очевидной и более интересной темой является на данный момент тема проектной культуры. В чем состоит ее суть? По мере развития инфраструктурных служб проектирования (я имею в виду информационные, образовательные и иные аспекты) над проектным процессом, постоянно текущим в научно-технической части общества, надстраивается некое концептуальное, программное облако, которое мы называем «проектная культура». Благодаря ей становится возможным обмен методологическими установками, научно-исследовательскими программами, концептуальными стилями проектирования. Но, что самое главное, начинается обмен между разными проектными дисциплинами, значимость которого в условиях нашей целевой замкнутости огромна. Особенно если учесть, что дисциплины, претендующие на роль лидера проектной культуры, сейчас достаточно много.

Итак, предположим, что эргономика может взять на себя функции лидера проектной культуры. И тут надо спросить себя: а какой это имеет смысл? Думаю, что в современной ситуации перспектива развития той или иной сферы деятельности связана, прежде всего, с теми сверхзадачами, которые сфера эта перед собой ставит. Вспомните, например, сколько интересных и важных дисциплин выродилось за последние пять десятков лет, причем выродилось именно из-за утраты четко сформулированной сверхзадачи. Скажем, научная организация труда. Чем не респектабельная была сфера деятельности? Но уже к концу 60-х годов она вылилась в некие мини-службы, куда, как в отстойник, «стекали» все, кто не нашел себе места в инженерном деле, в экономике и т. д. С другой стороны, у нас немало дисциплин абортированных, неродившихся. Например, эвристика. Лет 20, наверное, под этим именем проводились конференции, выпускались сборники научных статей — предполагалось, что она вот-вот родится как нечто самостоятельное. А эвристика тем не менее развилась где-то в небитии.

Эргономика ныне стоит где-то между этими двумя возможностями. И если ей не удастся взять на себя, в силу ее притязаний, роль одного из лидеров в проектной культуре, то эргономике, на мой взгляд, может постигнуть удел одной из двух только что упомянутых дисциплин. Поэтому тему нашего «круглого стола» — «Проектирование, ориентированное на человека» — я воспринимаю как опыт осознания сверхзадачи эргономики.

...Пора прекратить спор о терминах: эргономическое проектирование должно быть...

Хотелось бы от сверхзадач, о которых только что ярко говорил О. Генисаретский, вернуться все же к задаче сегодняшнего дня. Для наглядности возьмем первый пришедший на память пример — посмотрим повнимательнее на пиктограммы в первом зале Ленинградского вокзала в Москве. Пиктограммы эти информируют пассажиров о видах услуг, предусмотренных в следующем зале вокзала. Заходим в другой зал. Тут все иное — и колористическая гамма помещения, и графика. Возможно, с эстетической точки зрения это оправдано. Однако найти, например, место, где можно выпить стакан воды, эта графика не помогает. Похоже, что в данном случае дизайнерская задача решалась без эргономиста, который должен проектировать, прогнозируя поведение человека, разрабатывать структуру его деятельности и те компоненты технических средств и условий, которые эту деятельность оптимизируют по какому-то приоритетному критерию.

На этом же примере видно, что дизайнер и эргономиста должны «работать» вместе, во всяком случае эргономическое функционально-поведенческое мышление обязательно должно присутствовать в умах и в интуиции тех, кто занимается эстетической организацией предметной среды. А посему пора прекратить спор о терминах: не все ли равно, как будет называться деятельность, которой мы занимаемся, — «эргономическое обеспечение» или «эргономическое проектирование»? Нам нужно оказывать реальное влияние на процесс общего, системотехнического проектирования.

Трудности эргономики, то ее непонимание, о которых подробно говорил на пленарном заседании конференции В. Мунипов¹, в значительной степени объясняются не отношением административных органов или конструкторов, а недостатками нашей собственной работы, которая пока имеет вид некоторых, порой абстрактных рекомендаций без «оживления» в идею главного конструктора, без всякой ответственности за проект и за последствия реализации этого проекта. Такую практику пора прекращать. Нам, эргономистам, нужно проектировать, подписывать проектные решения, нам нужны проектные документы.

Не окажемся ли мы в этом случае на чужой территории? Лично я такой опасности не вижу, ибо одна из общих проблем человеческой деятельности как раз и заключается в проблеме стыка. Эргономисты, а может быть, эргодизайнеры должны выйти на эти стыки, и, чуть-чуть отойдя в сторону от технического и технологического проектирования, приблизиться тем самым к человеку, перейти к проектированию его поведения.

При этом значительная часть проектирования должна быть делом самих пользователей, операторов, поскольку на каждом шагу мы сталкива-

емся с печальными образцами непонимания проектировщиками того, как должен вести себя человек. Другими словами, эргономическое проектирование должно быть, с одной стороны, сугубо профессиональной деятельностью, нацеленной на будущее, а с другой — стать частью общей культуры общества.

В. М. МУНИПОВ

Хотелось бы развить мысль об участии потребителей в проектировании. С точки зрения эргономиста в идее привлечения пользователя к проектированию есть здоровое зерно. Ведь в этом случае будущий пользователь психологически готовится к работе с конкретной системой, вносит свой вклад в ее создание.

Однако здесь нужна существенная оговорка. Говоря о подключении пользователя к процессу проектирования, мы отнюдь не имеем в виду, что он становится сопроектировщиком. Видимо, за аналог здесь надо брать опыт дизайнеров, которые следуют принципу: заказчику надо давать не то, что он просит, а то, что ему нужно. Может возникнуть вопрос: зачем же тогда вообще нужно участие потребителя? Дело в том, что некоторые моменты, которые мы можем упустить как проектировщики, дизайнеры и эргономисты, порой неожиданно «находятся» с помощью стороннего «глаза». Самое же главное здесь в том, что в процессе такой совместной деятельности формируется критичный потребитель, который потребует от проектировщиков и производителей изделий, в полной мере отвечающих требованиям эргономики и дизайна.

Ю. Г. ФОКИН, доктор технических наук, профессор, НИИ проблем высшей школы

...Давно пора процедурно и нормативно закрепить осознанную необходимость эргономического обеспечения...

Если проектировщик — талантливый специалист, никаких особых инструкций ему не надо. Однако сейчас речь идет не об отдельных талантах, а о массовом внедрении эргономических методов в проектирование. Для процедурного обеспечения такого внедрения в ЕСКД (как бы ни ругали эту систему, она все же необходима, поскольку прогресс без стандартизации немыслим, а ЕСКД — ее составная часть) нужно включить в качестве обязательных эргономические документы: «Эргономическое обоснование проекта» и «Эргономический чертеж объекта». Без этого техноцентрическую направленность проектирования технических объектов не преодолеть, а ведь они — части будущей человеко-машинной системы! Процесс гуманизации техники нужно обеспечить также обобщением и широкой публикацией имеющихся прикладных методов по эргономике, созданию условий для их использования практиками.

А обобщать есть что — в отечественной эргономике сделано многое. Пора приступить к системному осмыслению наработанного советскими уче-

ными и специалистами. Например, сейчас известно по меньшей мере пять прикладных методик анализа и синтеза рабочих полей и алгоритмов: Г. М. Зарковского, А. И. Губинского, В. М. Гончаренко, Г. М. Суходольского и Ю. Г. Фокина. Опубликованы они в разрозненных и недоступных большинству практиков изданиях. Было бы крайне полезно для эргономической практики организовать совместную работу авторов этих методик по подготовке общей публикации с изложением этих методик по единой схеме с описанием ограничений и тонкостей их применения, с приложением сводной таблицы результатов расчетов по каждой из этих методик для нескольких согласованных с авторами иллюстративных объектов и с результатами экспериментального определения тех же данных для каждого из объектов.

Г. Л. СМОЛЯН, доктор философских наук, НИИ автоматической аппаратуры

...Нет эргономического проектирования, а есть обслуживающая проектирование дисциплина...

Попытаюсь и я вступить в дискуссию. До тех пор, пока эргономика не станет лидером науки, пока она вынуждена будет бороться за социальный престиж, мы всегда будем лишь обращаться к высоким словам. Мы будем говорить об «облаках» проектной культуры, о сверхзадаче... Конечно, определенное интеллектуальное удовольствие все эти выражения доставляют. Но не больше.

Скажем, многие здесь одобрительно отнеслись к тезису о необходимости участия потребителя в проектировании. Звучит и впрямь красиво. Однако я 20 лет работаю в промышленности, и все эти годы только и делаю, что «борюсь» с потребителем, который не на словах, а реально участвует в процессе проектирования, выдвигая чрезвычайно жесткие требования, которые сегодня не могут быть полностью реализованы. Тот же опыт практической работы привел меня к следующему выводу: никакого эргономического проектирования, никакой проектной эргономики нет, а есть некоторая, очень важная уже сегодня, а может быть, еще более важная в будущем, обслуживающая проектная дисциплина, которая занимается рационализацией, оптимизацией машин, процессов и среды за счет учета факторов, влияющих на эффективность труда человека. И мне кажется, что такая практическая реальная позиция позволит нам сделать больше, нежели если мы будем затуменовывать самим себе мозги высокими словами относительно проектной эргономики.

О. И. ГЕНИСАРЕТСКИЙ

Хотелось бы обратить внимание аудитории на странное для столь представительного собрания обстоятельство. Мы заученно оперируем джентльменским набором штампов, с помощью которых объясняем свои собственные неудачи. Во-первых, исправить положение можно только с помощью законодательных мер — ГОСТов, СНИПов... Второй штамп — упор на образовательный путь, вернее, недос-

¹ См. доклад В. М. МУНИПОВА «Перестройка производства: проблемы усиления его социальной ориентации». — Техническая эстетика, 1988, № 9.

татки в этой сфере. И третий — это магия рубля: как только хозрасчет вступает в полную силу, тот, кто не давал ничего делать, будет предлагать все. И тогда...

Безусловно, за каждым из этих упований есть своя реальность. И образование нужно, и документация, и рубль не последняя вещь в нашей жизни... Но все же это разговор скорее для администратора, чем для представителя какого-то цеха, какой-то профессии. Мне кажется, что название конференции внутри себя содержало куда большее: что значит проектирование, ориентированное на человека?

На конференции прозвучало, что дизайнер и эргономист чуть ли не единственные представители в стране, которые отвечают за человека. Да помилуйте! Нам школа в течение 70 лет говорила, что развивает гармоничного человека, а он уже и читать почти не умеет и не хочет этого делать! Из того, что судя по дипломам мы имеем какое-то отношение к человеку, еще ровным счетом ничего не значит. Весь вопрос в том, какой образ человека нас заботит, какие физические, душевные или духовные его качества? Вот что в эргономике требует наибольшего внимания.

В. П. ЗИНЧЕНКО,
доктор психологических наук,
член-корреспондент АПН СССР,
профессор

...Не может наука о человеческом факторе жить и развиваться в безвоздушном пространстве...

На сегодняшний день, вопреки многим выступавшим, сетующим на отсутствие нормативно-технических документов по эргономике и ратующим за создание новой их серии, худо-бедно наработано несколько руководств и около 70 стандартов. Но создается впечатление, что этими материалами пользуются в основном наши коллеги из соцстран — у нас они мало кому известны и коэффициент их использования по-прежнему определяется уровнем интеллигентности даже не разработчика, а его руководства. В чем здесь причина?

Дело в том, что наука о человеческом факторе не может жить и развиваться в безвоздушном пространстве. Когда-то великий И. П. Павлов говорил, что факты — воздух ученого. Сейчас с горечью приходится напоминать, что культура не в меньшей степени, чем факты, должна быть воздухом ученого и практика. Во времена Павлова это подразумевалось само собой. И приходится только удивляться, что эргономистами хоть что-то было сделано в условиях застоя, вопреки сопротивлению и помехам со стороны представителей ряда наук о человеке, к сожалению, прежде всего психологов.

Долгие годы мы жили в отсутствии духовной культуры. (Лишь в небольшой степени облегчало положение наличие Зубров и других последних могожков.) Более того, наши общественные науки превратили мировое наследие, мировую культуру в постыдный катехизис, которым насильно пичкали студентов. О существовании великой отечественной нравственной философии вспоминать было и вовсе не принято. В результате достучаться сейчас до студентов технических вузов с простым тек-

стом о том, что человек — это интересно, что надо учитывать человеческий фактор, чрезвычайно трудно. С фанатичным упорством мы долбили, что материя первична, а сознание вторично, чем и устроили себе огромное число бед. Обществоведам в пору уже говорить студентам, что пераично как раз сознание, что материя нынче исчезла, что она дефицит. О последнем, правда, они знают и без нас. По сути студентам (да и нам самим) надо строить картину мира, давать представление о том месте, которое в этой картине занимает человек. Оно, к сожалению, пока еще далеко от почетного. Пока человек лишь «звучит гордо», а выглядит неважно. Он еще не перестал быть винтиком, компонентом, средством достижения внеположенных ему целей. Он сам еще не может поверить, что он не средство, а самоцель истории. Чтобы он в это поверил, необходимо изменить и его сознание, и его бытие, и убедить его в том, что за него это никто не сделает. Молодежь, если не формулирует все это в таких словах, то чувствует разрыв между словом и делом. И этот разрыв нелегко преодолеть в преподавании, ибо у студентов уже настолько заморочены головы, им настолько противно любое слово обществоведа, что я и мои коллеги-педагоги из МИРЭА в первые два года работы в институте едва не разработали комплекс неполноценности, стали близки к решению, что наши знания ни на что не годятся и пора менять профессию.

Выход, впрочем, мы все же нашли и стали, поначалу, давать студентам психологию неэргономическую (и не инженерную, которую, кстати, пора гуманитаризировать и освободить от технократических наслоений), дабы расшевелить их, пробудить интерес сначала к человеку, а уж потом к эргономике. Ведь произносятся слова «человеческое измерение», «антропологическое измерение», «масштаб человека», мы обращаемся к людям, которые подчас не имеют ни малейшего представления о том, что это значит. И знаем ли мы это сами?

Человек, конечно же, «мера всех вещей». Но тогда же и там же было сказано: «Познай самого себя». И о какой мере могла идти речь, где ее взять, эту меру, если ты не умеешь познать себя, если учителя забыли поставить перед тобой такую интереснейшую задачу, если тебе долгие годы ученичества внушали: «будь как кто-то» или «будь похож на образ того-то» вместо того, чтобы посоветовать быть самим собой.

Сейчас появилась надежда... Вот почему мне очень понравилось выступление О. Генисаретского, где он говорил о гуманитаризации эргономики. Но все же эта надежда имеет странный, на первый взгляд, источник. Он все еще не в нас. Недавно в Политбюро ЦК КПСС рассматривался вопрос о социологических исследованиях и подготовке соответствующих кадров. То же Политбюро одобрило предложение об издании серии «Из истории отечественной философской мысли». До чего мы дошли — без вмешательства высших инстанций было невозможно издание трудов таких выдающихся русских философов, как Бердяев, Богданов, Шестов, Соловьев, Флоренский и др.! А ведь без них не может быть и речи о восстановлении традиций российской ду-

ховности.

И разве могла эргономика в этом бездуховном пространстве занять добавочное ей место в проектировании, в проектной культуре? И сейчас перед нами стоит тяжелейшая задача по возвращению духовности, по преодолению догматизма и схоластики в мышлении. А у нас самих шоры с глаз пока не сняты. Мы продолжаем бояться... самих себя.

Я, разумеется, за деятельностную ориентацию эргономики. Я не против решений. Они подготовлены, и мы будем их утверждать, проводить в жизнь. Но если мы действительно хотим кардинальных изменений, решительного сдвига, обновления, перестройки — называйте этот процесс, как хотите — начинать надо с обогащения и расширения сознания. Оно должно быть направлено на создание реальных, а не фантомных конструкций. Об этом же можно сказать иначе. Сознание нельзя свести (что мы постоянно делаем) ни к одному из четырех условно выделенных в разную степень презентированных ему миров: к миру идей, знаний, научных значений, понятий; к миру человеческих ценностей, эмоций и смыслов; к миру производительной, предметно-практической деятельности; к миру образов, представлений, воображения, культурных символов и знаков. Сознание не только рождается и присутствует внутри этих миров. Оно может между ними метаться, подниматься и витать над всеми ними, сравнивать, оценивать, судить их. Поэтому так важно, чтобы все они были открыты ему. (Если этого нет, то мы называем сознание узким, ограниченным, несовершенным, неразвитым и т. п.) Именно в этом смысле человеческое сознание надмирно, рефлексивно и в то же время бытийно. В человеческом сознании должен быть представлен и сам человек во всей сложности его жизни, возможных коллизий, с его потребностями и смыслами. Формирование такого сознания — задача крайне сложная. Но от ее решения никак не уйти. Такое сознание — непременное условие гуманизации и гуманитаризации не только эргономики, но и всего цикла общественных, естественных и технических наук, связанных с человеком.

А. Г. РАППАПОРТ,
канд. архитектуры, ВНИИТАГ

...Эргономике и проектным дисциплинам не хватает... философской антропологии...

Я согласен с О. Генисаретским, который говорил о необходимости для эргономики сверхзадачи. Однако история знает немало утопических проектов, которые имели мощные «сверхзадачи», но так и остались в области фантазии. Сверхзадача должна каким-то образом сопрягаться с реализмом, реальностью, то есть иметь возможность реализации. Причем реализм относится не только к технической осуществимости проекта, но и к его человеческой осмысленности, соответствию подлинной природе человека. Представляется, что многое в современном проектировании исходит из далеких от реальности образов человека, и это порождает мертвенность совре-

менного дизайнерского и архитектурного проектирования.

Проектирование сегодня понимается двумя совершенно различными и, возможно, даже противоречивыми способами. Первый, технический, рассматривает его как метод порождения вещей и систем, основанный на свободе оперирования знаками: чертежом, рисунком, расчетом, текстом. Это понимание идет от знака к вещи и далее к человеку и, как правило, имеет анонимный и универсальный характер. Так можно создавать вещи и среду деятельности для всех. Другой способ понимания проектирования и проекта, предложенный экзистенциализмом, включает безличное проектирование. Ибо сам проект понимается как способ выбора действия, образа жизни для себя, он идет от человека и к нему же возвращается. Здесь проект всегда — акт личного выбора и личной ответственности, не распространяющийся прямо на других, хотя, конечно, косвенно относящийся и к окружающим.

Проектирование, основанное на идее оперирования со знаками, пытается ограничить свой возможный произвол с помощью науки. Именно в науке ищут дизайнеры путь к человеку. Но ведь известно, что наука достигла своих блестящих результатов как раз благодаря отказу от человека, поскольку она деантропоморфна. И возникает сильное сомнение в том, что она сможет обеспечить проектированию связь с человеком, во всяком случае с человеком, понимаемым как существо, наделенное духом и душой, а не неким механическим или физиологическим существом.

Казалось бы, все это достаточно известно. Почему же проектные дисциплины так упорно держатся за науку и не замечают ее ограниченности в области гуманитарных проблем? С одной стороны, потому, что наука, конечно, не бесполезна и здесь есть реальные проблемы, которыми необходимо заниматься. Но и потому, что формы организации науки как нельзя лучше соответствуют тем бюрократическим, технократическим системам проектирования, которые сложились после второй мировой войны. У этих систем свои законы жизни, иногда идущие вразрез со здравым смыслом и действительными интересами человека и общества. Вслед за ними и эргономика может встать на путь решения собственных задач, требуя от общества все больше и больше средств на решение «социальных», «психологических» и тому подобных проблем, на первый взгляд глубоко гуманитарных. Но поскольку нет уверенности, что избранный путь ведет к этим целям, может оказаться, что подлинным результатом этих требований будет лишь рост самих систем дизайна, эргономики, а не решение человеческих проблем.

Вот почему мне кажется, что философская антропология как дисциплина критическая и независимая от догматической науки и ее методов могла бы здесь быть чем-то вроде противоядия.

И последнее. Философская антропология может поставить проблему, которая обычно берется некритически. Я имею в виду проблему гуманистических и антропологических ценностей развития современной цивилизации. Действительно ли человек — «мера всех вещей» в нашем техническом мире? Я в этом далеко не уверен. Непредвзятый взгляд обнаруживает в ми-

ре много таких тенденций, которые никак не объяснимы человеческими мерками. Нужны ли человеку сверхзвуковые скорости, атомные бомбы, искусственные материалы, суперструктуры организованной деятельности?

Для того чтобы разобратся в этих проблемах, нужен, как мне кажется, спокойный непредвзятый философский взгляд, который может быть развит в области философской антропологии. В противном случае мы останемся в области сомнительных убеждений, и наше самонимение будет превалировать над нашим самосознанием, что может стать очень существенным препятствием гуманизации всей сферы нашей деятельности.

В. М. РОЗИН,
канд. философских наук,
Институт философии АН СССР

...Мы сегодня втянулись в нетрадиционный вид проектирования, природы которого не осознаем...

Вопрос о статусе эргономики, поднятый сегодня, действительно интересен. Налицо несколько разных позиций: одни ратуют за проектирование человеческого фактора, другие настаивают на необходимости проектирования деятельности, третьи идут дальше — им нужен весь человек. Однако каков, собственно, предмет эргономики — это совершенно непонятно. В самом деле, если эргономика — подсобная проектная профессия, то надо говорить лишь об эргономическом обосновании, если же она — полноценное эргономическое проектирование, то необходимо делать ставку на формирование своей проектной сверхзадачи.

Лично я убежден, что никакого проектирования человека, как бы красиво ни звучал этот тезис, не может быть вообще. Проектировать человека невозможно! Но что мы проектируем? Вот вопрос, который я задаю аудитории.

Мы должны принципиально пересмотреть традиционные представления о проектировании, понять, наконец, что давно втянуты в новую необычную деятельность. Ведь эргономическое проектирование, так же как и другие новые виды проектирования — я имею в виду дизайн, дизайн-программы, социальное проектирование или организационное проектирование, — принципиально отличается от всего, что существовало ранее. Во всех этих видах проектной деятельности используются знания различных социальных наук: социологии, социальной психологии, психологии, культурологии и т. д. Однако эти знания пока мало полезны, поскольку не обеспечивают нам описание процессов, текущих в объекте, не дают возможности внедрять созданный проект. И это принципиальная ситуация: с одной стороны, мы вроде бы должны обращаться к социальным наукам, использовать их знания, но с другой — знания эти недостаточны, неудовлетворительны. Конечно, можно призвать ученых развивать эти знания, и это нужно сделать, однако проблема не только в знаниях. В традиционном инженерном проектировании наука обеспечивает разработку процесса. В нетрадиционном проектировании знания помогают лишь отчасти: проектируя социокультурные, культурные и т. п. про-

цессы, с которыми имеет дело эргономика, мы не в состоянии на основе знаний алгоритмизировать разработку этих процессов.

Эргономист уже давно работает с объектом другой природы! И никакие знания здесь не помогут. Невозможно теоретически описать и затем спроектировать все миллионы операций, связей, отношений, позиций, имеющих место в проектируемой системе. И вот эти новые виды проектирования, к которым относится и эргономика, осознанно или неосознанно ищут спасения в союзе с потребителем, заказчиком и т. д. Но не только. Так, мы вынуждены включать в нетрадиционное проектирование разного типа деловые игры. А что такое деловая игра, как не ситуация, которая сводит вместе и заказчика, и проектировщика, и потребителя, и согласующие инстанции, и целый ряд других институтов культуры? В итоге оказывается, что мы начинаем вовлекать проектирование в очень сложную игру, практически ничего не оставляя при этом от традиционного проектирования. Например, мы неожиданно обнаруживаем, что наша работа начинает выступать в совершенно другой, незапланированной функции, превращается в проект некоего морфологического устройства, которое представляет собой лишь способ организации разных видов деятельности. Напрашивается довольно парадоксальный тезис: нетрадиционный проект строго никогда не реализуется. Но даже не будучи воплощенными в жизнь, подобные проекты «запускают» в культуре целый ряд сложных социокультурных процессов. И, может быть, в этом и заключается роль нового проектирования.

В. И. ПУЗАНОВ,
канд. искусствоведения, ВНИИТЭ

...Эргономика и дизайн занимают «самоопылением» — отсюда дефицит их жизнеспособности...

Для проектировщика, ориентированного на человека, «проблемой века» является раздельное функционирование дисциплин, занятых культурной (дизайн) и биологической (эргономика) сторонами жизни человека. При таком разделении феномен человека не просто деформируется — он исчезает. Трагичность же ситуации в проектной культуре осознается пока плохо. Дизайнеры, постоянно рассуждающие о «комфортности» и «удобстве» своих изделий, не подозревают о психофизиологическом содержании этих понятий. Эргономисты, занятые конструированием «святых» параметров удобства и комфортабельности, не имеют представления о том, что в разных культурах взгляды на комфортабельность и удобство — разные.

Приведем пример из другой сферы. Медики уже ощутили пагубность «специализации» отдельных дисциплин, ибо лечили не человека, а реагировали на «признаки». И сейчас ключевой фигурой нашей медицины становится «врач общей практики», который в состоянии лечить 90% болезней (10% «отводятся» узким специалистам). Медики готовы пойти и дальше: «семейный врач» — фигура самая желанная, причем «семейный врач» — культур-

трегер здоровья, а не избавитель от болезней.

Эргономист, как и семейный врач,— в идеале культуртрегер труда и профессиональной деятельности, а не избавитель от всяческих недостатков и «святитель» параметров. Его опора — концепция и модели труда, создание которых требует интеграции дисциплин, проектирующих для человека. Затянем интеграцию — проиграем в творческом и социальном отношении, прогорим экономически. Но интеграция — процесс не механический, дизайн и эргономика пока не более чем «строительный материал» для новой дисциплины. Нужен концептуальный процесс — своего рода «перекрестное опыление», которое только и создает жизнеспособные формации. Но и оно не поможет, если не будет генетической основы интегрированной проектной дисциплины, обеспечивающей жизнеспособность и дисциплины, и дела, которому она призвана служить. Речь здесь идет о проектной инициативе, о праве проектировщика на самостоятельный выбор социально-экономической проблемы и средств ее разрешения.

Проектная инициатива побудит нас многое пересмотреть в, казалось бы, отлаженных и вечных принципах. Стремление к социальному результату приведет к отказу от «человеко-машинных систем»: культура между человеком и машиной вообще не может распределяться — это форма существования человека. Пора ставить вопрос о «машине в системе деятельности человека» — этот подход используют проектировщики развитых стран, только он открывает перспективу свободного развития человека и инструментов его деятельности. Машины становятся инструментами культуры, именно в этом качестве их проектируют фирмы, «задающие тон» в эргономическом движении.

В. К. ЗАРЕЦКИЙ,
канд. психологических наук, ВНИИТЭ

...Эргономика призвана оптимизировать конструктивно-преобразовательную деятельность человека по формированию техносферы...

До сих пор эргономика ставила перед собой задачу учесть в проектировании особенности и возможности человека — антропологические, физиологические, психологические и т. д. Это очень важно, хотя делается далеко не всегда. Но в последние годы с небывалой остротой встает другая проблема. Сама деятельность человека приобрела такие масштабы, что ее результат нередко представляет реальную угрозу здоровью людей, существованию биосферы и самой Земли. Если поставить проблему ориентации проектной деятельности на человека в соответствие с такими масштабами, то следует признать, что этой цели мы добьемся только тогда, когда проектировщик будет изучать и анализировать изменения, которые проект вносит в мир, когда он на основе такого знания будет принимать осознанные решения. Это относится и к проектированию техномира, техносферы. С этой точки зрения далеко не вся проектная деятельность ориентирована на человека. Судите сами — эргономика

как раз и возникла именно из проблемы недостаточной ориентации проектирования на человека, столь свойственной технократическому подходу.

Мне кажется, очень важно подчеркнуть, что эргономика — это не наука в чистом, классическом виде, поскольку нацелена не на познание, не на постижение истины. В первую очередь она призвана оптимизировать конструктивно-преобразовательную деятельность человека — инженерную деятельность в широком смысле — по формированию техносферы. Поэтому и является не только наукой, но и технологией решения практических задач. Аналогичным сплавом науки и технологии являются возникшие в последнее время геотехнология, биотехнология, экотехнология, космофизика и др. Как и все эти «неклассические» научные дисциплины, эргономика отличается от классических наук по особенностям объекта, субъекта, целей исследования; принципиально различны у них и тенденции развития, и структура знания, и язык. Вопрос, какой быть эргономике, пока еще ждет своего ответа, но искать этот ответ, на мой взгляд, следует в методологии неклассических научных дисциплин, органично сочетающих в себе науку и технологию.

В. М. МУНИПОВ

Итак, наша дискуссия за «круглым столом» оказалась весьма интересной. Состоялся содержательный разговор о проектной деятельности, понимаемой достаточно широко, а не только как инженерное, архитектурное и дизайнерское проектирование. Если эргономика еще не стала лидером проектной культуры, то можно утверждать, что она явно становится лидером обсуждения проблем этой культуры.

Тот факт, что в зале не было равнодушных, объясняется, как нам кажется, тем, что, в центре обсуждения находилось проектирование, которое служит человеку и обществу и является одним из средств реализации их потребностей. К творческим удачам «круглого стола» можно отнести акцентирование внимания на процессе проектирования, а не на предметах и объектах; на социотехнических аспектах принятия проектного решения, а не на технических знаниях. В таком содержательном контексте в новом свете предстала проблема объединения проектного мышления с объективными научными данными о деятельности человека, что по К. Джонсу, составляет содержание эргономики.

Наш «круглый стол» прошел как бы на одном дыхании, в атмосфере интеллектуальной эмоциональности. Это духовно обогатило нас и лишней размы убедилась в мудрости А. Сент-Экзюпери: нет ничего более прекрасного, чем радость человеческого общения.

На «круглом столе» также выступили: Н. Г. АЛЕКСЕЕВ, Н. Б. ГАЛАКТИОНОВ, А. С. ГОЛОВИН, В. В. ГОЛОВНЯК, П. А. ДОРФМАН, С. М. ЗВЕРЕВ, Т. Г. ИСАЕВ, А. Г. КАЛАШНИКОВ, М. И. КЛЕВЦОВ, Е. Б. КОНДРАТЬЕВ, А. Н. ЛАВРИНОВИЧ, О. В. МАЙБОРОДА, В. И. НОСКОВ, А. А. ПИСКОПЦЕЛ, Е. М. САМАРИНА, В. Ф. СИДОРЕНКО, В. В. СОРКИН и др.

УДК 725.4:747.012.4:631.3

Производственные интерьеры «Ростсельмаша»

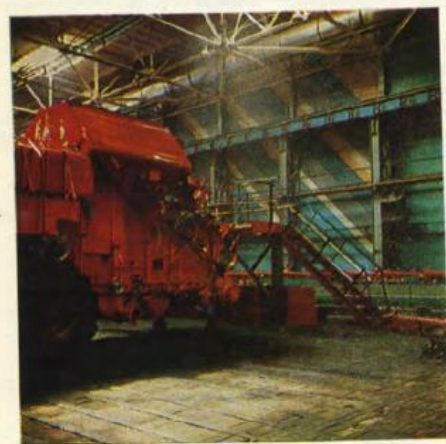
КОНОПЛЕВ В. А., канд. архитектуры, РИСИ, Ростов-на-Дону,
РИМКУТЕ Д. Э., архитектор, ЦНИИПромзданий, Москва

Цвет, как известно, — одно из наиболее сильных средств художественной выразительности, и его отсутствие — в архитектуре, в среде обитания человека — снижает их эмоциональное воздействие. Особая роль должна отводиться цвету в архитектуре зданий промышленных предприятий, учреждений и организаций — всего того, что объединяется понятием «производственная среда» и где цвет выступает не только эмоциональным стимулятором, но прежде всего способствует обеспечению психофизиологического комфорта и хорошей ориентации в производственной обстановке.

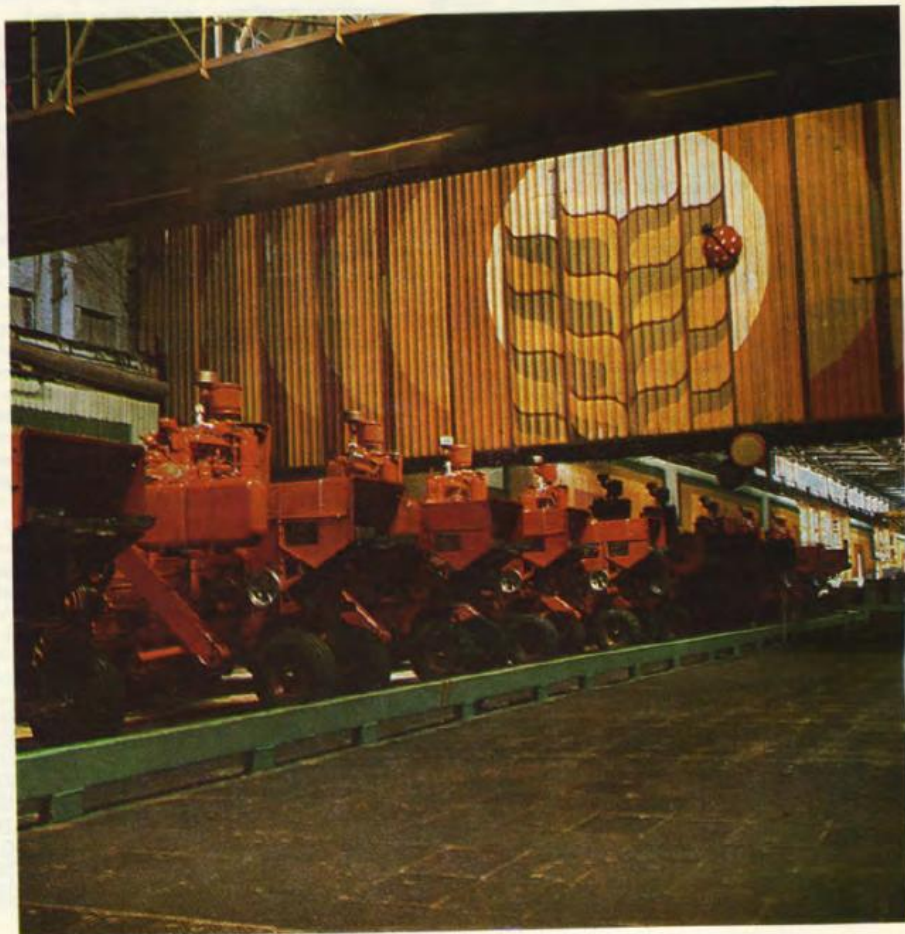
Однако сегодня еще рано говорить о том, что цвет в производственной среде стал неперенным участником формирования ее образа: положительный опыт его использования в интерьерах промышленных зданий пока незначителен. Конечно, интересных проектных предложений по светоцветовому решению производственных помещений немало (например, разработки ЦНИИПромзданий, ВНИИТЭ, СХКБлегмаш и других организаций), но внедренные проекты единичны. К числу этих немногочисленных предприятий, чей опыт мог бы служить вдохновляющим примером для архитекторов и дизайнеров, работающих на заводах страны, следует отнести производственное объединение «Ростсельмаш».

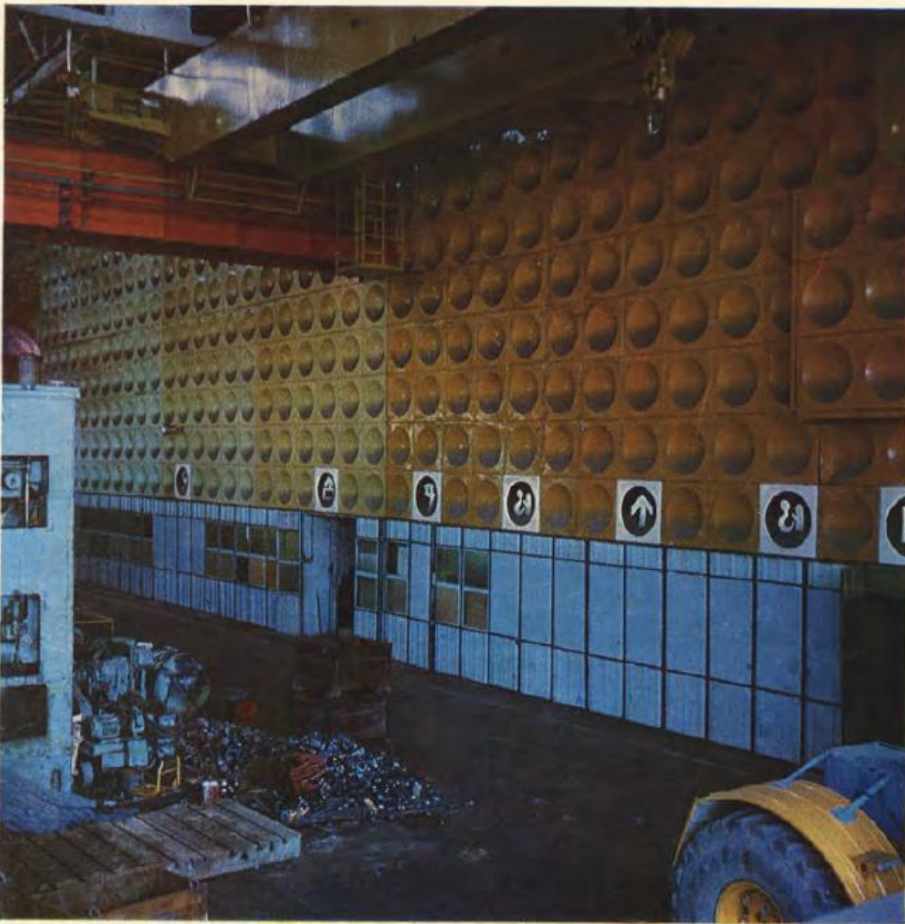
Использование полихромии в интерьерах производственных зданий заводов, входящих в объединение — голянского, завода специализированного инструмента и технологической оснастки (СИТО) и Ростовского завода нестандартного оборудования (РЗНО), далеко выходит за рамки традиционно-цветового аскетизма. В отличие от многих безжизненно серых и бесцветных производственных интерьеров внутренняя среда корпусов «Ростсельмаша» колористически насыщена. С помощью цвета приобрели новое значение огромные поверхности вертикальных ограждений, несущие конструкции, части функционального оснащения и другие элементы интерьера. Обращает на себя внимание и нетривиальность цветовых решений: при большой смелости в использовании насыщенных тонов обработка плоскостей стен не ограничивается монохромной их окраской, здесь используются различные колористические приемы — от простого расчленения поверхности на несколько цветовых пятен до создания больших суперграфических композиций.

Отношение к колористике интерьера как одному из элементов, формирующих художественный образ среды, не может быть однозначным. Рабочий, проводящий у своего станка треть жизни, вряд ли относится к ней так же, как, например, экскурсант, впервые попавший на завод; и администратор предприятия видит цвет производственного интерьера в ином ракурсе, нежели, например, профессиональный дизайнер. И это естественно, поскольку каждый человек вольно или невольно выделяет для себя какой-то один аспект, наиболее важный в его деятельности, подчиняя ему все остальные. Попытаемся высказать здесь точку зрения архитектора, оценивающего работу своих коллег, сразу скажем, высокопрофессиональную.



Вопросами эстетической организации среды на предприятиях ПО «Ростсельмаш» активно занимаются два коллектива: служба главного архитектора (гл. архитектор объединения Н. А. Куцов, рук. сектора эстетики Д. Д. Арзамасцев) и отраслевая научно-исследовательская лаборатория промышленной эстетики Ростовского инженерно-строительного института (научный рук., канд. архитектуры В. М. Капустин, зав. лабораторией А. Г. Мартиросян). Если заводская служба решает практические задачи, реализуя свои проектные разработки для локальных средовых объектов, то лаборатория института служит генератором идей и координационным центром всех действий по эстетической организации среды, включая в свою практику работы над конкретными про-





5

6



1. Интерьер помещения главного конвейера. Яркая, активная суперграфика на продольной стене

2. Фрагмент цеха сборки комбайнов. Средненасыщенная по цвету суперграфика является фоном для яркоцветных комбайнов

3. Доводочно-сдаточный цех. Мостовые краны, суперграфика и продукция (комбайны) являются одинаково активными по цвету элементами интерьера

4. Помещение главного конвейера. Суперграфическое изображение дополнено объемным элементом («букашкой»)

5. Ремонтно-механический цех. Для отделки поверхностей применены штампованные металлические листы, часть из которых превращается в знаки визуальной информации

6. Интерьер корпуса СИИТО. Суперграфическая композиция на профилированном металлическом листе, которым отделана торцовая стена помещения

Фото В. А. КОНОПЛЕВА

ектами. Важная роль в этих работах отводится моделированию цветоцветового климата производственных помещений, разработке цветографических композиций для интерьеров и авторскому надзору за внедрением проектов.

Здесь следовало бы упомянуть, что «Ростсельмаш», один из первенцев индустриализации, за более чем 50-летнюю историю своего существования переживает в настоящее время четвертую реконструкцию. Почти ежегодно вводятся в эксплуатацию новые корпуса и на территории головного завода (на месте морально и физически устаревших зданий 30-х годов), и на заводах-спутниках. Здания, формирующие лицо обновленного предприятия, и послужили местом приложения творческих сил специалистов по дизайну производственной среды.

Возводимые с учетом последних достижений в области организации машиностроительного производства и строительной индустрии, эти объекты, однако, олицетворяют собой результат узкоинженерного подхода: в них совершенно отсутствуют признаки художественного осмысления предметно-пространственной среды. Но при этой их художественно-композиционной аморфности — а может, в силу этого — новые корпуса «Ростсельмаша» обладают ценными качествами, предоставляющими широкое поле для архитектурно-дизайнерских поисков: помещения просторны и светлы, пространства цельны и в них легко прочтываются функциональные зоны (последнее часто достигается не без корректировки проектов уже в процессе строительства). Все это послужило важными предпосылками для удачных творческих находок.

Решая художественный образ интерьеров и не имея возможности использовать в качестве доминант архитектурные формы конструкций или производственное оборудование, авторы проекта нашли удачный ключ к решению: они нетрадиционно взглянули на цвет в производственной среде, отдав ему предпочтение перед всеми остальными средствами композиции. Вероятно, толчком для этого послужила характерная особенность ряда интерьеров сборочных цехов: присутствие в

продукции завода крупномасштабных красно-оранжевых зерноуборочных комбайнов и их деталей, явно концентрирующихся на себе внимание.

Выстраивая колористику сборочных цехов по принципу контрастного сочетания цветовых тонов продукции (комбайнов), строительных конструкций (подкрановых балок) и оборудования (мостовых кранов), авторы отвели этим элементам интерьера роль стержня или каркаса композиции, подчинив ему цветовое решение остальных поверхностей.

В инструментально-механическом производстве, в отличие от сборочного, нет такого элемента, как готовая продукция, которая могла бы взять на себя роль доминанты, и поэтому в этих цехах авторам пришлось большее внимание уделить вертикальным ограждающим конструкциям, сосредоточив усилия на выявлении определенного мотива в решении цветовой композиции внутренних пространств корпусов.

Цветовая композиция для авторов — не самоцель, а лишь средство оптимизации светоцветового климата производственных помещений, с помощью которого повышается психофизиологический комфорт. Поэтому колористика цехов «Ростсельмаша», где труд связан с повышенным вниманием и не сопровождается значительными физическими нагрузками, основывается на относительно нейтральной цветовой гамме для фоновых поверхностей, обусловленной нормальным температурно-влажностным режимом. В механическом производстве фон получает тепловатый оттенок, в сборочном — холодноватый. Потолки и фермы покрытия несут почти белый цвет (с холодным оттенком в сборочных, с теплым — в механическом). Для обеспечения зрительного комфорта производственного персонала в зоне индивидуальных рабочих мест, как правило, предусматривается установка сменных экранов, окрашиваемых в тона, дополнительные к цвету обрабатываемой детали. В качестве цветových акцентов в интерьерах используется сигнально-опознавательная окраска транспортного оборудования и инженерных коммуникаций, а также колористика элементов наглядной агитации и информации.

Такова общая характеристика принципиального решения цветовой среды производственных помещений головного завода, выполняемого в рамках уже сложившейся традиции, когда в соответствии с творческим замыслом и объективными требованиями каждый из элементов интерьера несет свой определенный цвет, укладывающийся в общую цветовую гармонию. Но на других заводах объединения — СИИТО, РЗНО — гармония выстраивается из более сложных элементов. Здесь использование полихромии, пожалуй, впервые перешагнуло рамки традиционного цветового решения: цветовые тона были разделены на фон и изображение, появились цветографические композиции. Не каждую из них можно назвать суперграфикой, некоторые композиции имеют много общего с монументально-декоративным искусством и наглядной агитацией (изображения стилизованные, но вполне узнаваемые, явно позаимствованные от фрески или в какой-то степени напоминающие огромные щиты наглядной агитации). Плоскостная графика иногда дополняется накладными буквами,

эмблемами и изобразительными элементами. Авторы шли по неизведанному пути, следуя не аналогам (их, похоже, просто не существует), а полагаясь на свой вкус и интуицию.

Композиционная целостность и художественная выразительность интерьеров инструментально-механических цехов «Ростсельмаша» обеспечивается пронизывающим все его составляющие единым декоративным приемом — использованием суперграфики. Заключая в себе способность активно воздействовать при невысоких материальных затратах на формирование образа производственной среды, цветографические панно, замыкающие пролеты ряда корпусов, стали цветокомпозиционными центрами каждого интерьера, каждого производственного комплекса. Целостность цветовой композиции была достигнута как за счет иерархического подчинения этим центрам всех остальных элементов, так и соотношением цветографических рисунков панно с аналогичными рисунками на выгородках различных зон помещений.

Суперграфика использована не только в инструментально-механических цехах, но и в помещениях сборочного производства. Но если в первых она служит ядром композиции, ее доминантой, то во вторых ей придается подчиненное значение — она не столь интенсивна, хотя и играет заметную роль в общем впечатлении от внутреннего пространства корпусов.

Однако не всегда авторам светового решения интерьеров сборочных цехов удавалось выдержать нужную дистанцию между доминантой и акцентом, между акцентом и фоном. В помещении главного конвейера цветовую композицию на торце пролета превосходит по яркости суперграфика продольной стены, которая служит фоном для интенсивно окрашенных комбайнов. Получается, что в одной зоне пространства соприкасаются три элемента, претендующие на цветокомпозиционную доминанту. Вступая в конфликт между собой, эти элементы усложняют их зрительное восприятие, образуют колористическую перенасыщенность и приводят к нарушению цельности цветовой среды интерьера. Однако сам принцип цветового решения продольной стены по-своему интересен.

Цветовые решения интерьеров не ограничиваются одной лишь полихромией в комплексном формировании среды. Цели эстетической организации среды предприятия требуют решения многих связанных в единый клубок проблем. Одна из поставленных авторами перед собой задач, во многом повлиявшая на выбор приемов цветовой организации интерьеров, заключалась в выявлении поверхностей, на которых цвет мог бы стать суперграфикой.

Традиционная экономия одновременных затрат на отделочных материалах обычно негативно сказывается на облике производственных помещений. В интерьерах многопролетных корпусов с ленточным остеклением особенно нелицеприятны торцовые стены, насыщенные разводами инженерных и технологических коммуникаций. Для обеспечения визуальной цельности этих поверхностей у авторов родилась идея закрыть их экранами, плоскости которых можно было бы ис-

пользовать для цветографических композиций.

На каждом объекте такая задача решалась по-своему. Так, в корпусах завода СИИТО в качестве экранов использовались накладки из профилированного металлического листа, вертикальные гофры которого в определенной степени подсказали рисунок композиции. В помещениях механосборочных цехов головного завода экран перерос в сплошную трехслойную стену, где все коммуникации, с удобным к ним доступом, разместились между ограждающими железобетонными и декоративными металлическими панелями. Специально разработанные для использования в качестве конструктивного модуля при организации различных микросредовых объектов (зон отдыха, мест мастеров и пр.) штапованные панели своей формой повлияли и на характер суперграфики.

Поэтому мотивы суперграфических композиций во всех интерьерах разнообразны: рисунок строится то на основе вертикальных, то наклонных плоскостей, в изображении используются фигуры то с прямоугольным, то с циркулярным абрисом. В решении композиции хотя и просматриваются следы творческих поисков, однако постоянно чувствуется определенный художественный почерк: на «Ростсельмаше» интерьерная суперграфика выкристаллизовалась в отдельный жанр.

Если же говорить в целом об использовании цвета в производственном интерьере предприятия объединения, то здесь он не просто вносит разнообразие в предметно-пространственную среду, не просто дополняет другие приемы ее эстетической организации, как это часто бывает на практике — цвет на «Ростсельмаше» выступает как революционное средство, решительным образом преобразующее среду и определяющее ее эстетические свойства.

Цветокомпозиция различных производственных помещений в каждом случае самостоятельная, даже в сходных по условиям цехах. Но во всех интерьерах много принципиально общего: цветовые контрасты объемных элементов, насыщенность цветом строительных конструкций, единые принципы размещения композиционных доминант суперграфических панно. Благодаря всему этому появляется определенная «фирменность стиля», предприятие приобретает лицо с «необходимым выражением».

Цветовая гармония в производственной среде, как всякая гармония вообще, затрагивает эмоциональные струны в человеке, способствует повышению порогового уровня эстетических ценностей второй природы и непременно сказывается на самочувствии работника, степени его удовлетворенности трудом. Поэтому, отзываясь о результатах работы по эстетическому формированию предметно-пространственной среды предприятий «Ростсельмаша», генеральный директор объединения как-то отметил, что при общем дефиците рабочих в тех цехах, где осуществлены разработки по созданию нового цветового климата, проблема текучести кадров уже не стоит.

Подобная оценка — истинное признание эффективности той деятельности, которую пока никак нельзя оценить рублем.

«Молодежь в конце столетия», «Молодой человек и его дом», «Вокруг проблемы «молодежь» и предметная среда»... К теме молодежи, обширной, практически неиссякаемой, наш журнал обращался не раз [названные статьи опубликованы в «ТЭ» № 12/85 и № 6/88]. И все же в наше время, когда многие положения и установки, прежде казавшиеся незыблемыми, подвергаются пересмотру, полезно вернуться к этой теме еще раз. Тем более что точки зрения социологов А. Б. Гофмана и А. Г. Левинсона на «молодежные» проблемы в приложении к сфере дизайна оказались различными.

Итак — что же такое молодежь и какое место она занимает в жизни общества!

УДК 745:316.346.3-053.81

Экспансия молодежного стиля

ГОФМАН А. Б., канд. философских наук, ВНИИТЭ

С известной долей условности можно сказать, что молодежь — это открытие XX века. Понятно, конечно, что молодые люди как человеческое существо определенного биологического возраста существовали всегда и везде. Известно, что конфликты между отцами и детьми описывали еще античные авторы. Молодежную окраску в предшествующие столетия получали некоторые социально-политические и культурные движения, например романтизм в Западной Европе или нигилизм в России. Не случайно Вертер у Гете, Чайлд-Гарольд у Байрона, Базаров у Тургенева — молодые люди. Однако молодость этих литературных героев не означала, что авторы стремились отобразить особые интересы молодежи — идеалы этих персонажей отнюдь не были «молодежными» в современном смысле, а юный возраст служил преимущественно обоснованием и оправданием нетрадиционности и бунтарства.

Вплоть до наступления нашего столетия молодежь, как правило, рассматривалась не в качестве особой социальной категории со своими потребностями, правилами и устремлениями, а как те же взрослые, но еще не сформировавшиеся, еще не достигшие своего «нормального», зрелого состояния. Соответственно и молодость считалась не особой фазой жизненного цикла человека, а лишь подготовительным этапом, предваряющим вступление в «настоящую» жизнь. Между молодостью и зрелостью была четкая возрастная граница, а переход из одного состояния в другое, «полноценное», в доиндустриальную эпоху и особенно в первобытных обществах был даже обозначен специальными обрядами инициации (посвящения) и не составлял сколько-нибудь длительного периода.

В наше время в индустриально развитых странах молодость, наоборот, составляет особую и весьма длительную фазу жизненного цикла, в которой образуются специфические группы, сформированные на основе возрастного признака и характерных ценностей. Тем самым молодежь превратилась в социальную категорию, за которой признано право на свои ценности, организации, специфическое самосознание и субкультуру. Длительность отдельных видов социализации индивидов сегодня различна; соответственно и время «вступления

в жизнь» (профессиональную, брачную, экономическую и т. д.), то есть одни социальные роли осваиваются раньше, другие позже, «взрослость» в одних отношениях может сочетаться с «молодостью» в других.

Молодежь в значительной мере становится субъектом своей собственной социализации. Более того, она все в большей степени выступает как фактор социально-экономических, политических и культурных изменений. Сегодня в социологии в целом утвердилось представление о том, что молодость — это не просто некий возраст, а ценностное суждение общества относительно людей определенного возраста. Молодым считается не человек некоего года рождения, но тот, чье развитие еще не завершено, кто еще не интегрирован в общество целиком, кто еще не полностью освоил набор социальных ролей, свойственный взрослому человеку. Но это состояние незавершенности, неполной интегрированности рассматривается не просто как подготовка к будущей «настоящей» жизни, а как подлинный, самостоятельный и самоценный этап жизненного цикла человека. Такая позиция принципиально отлична от характерной для доиндустриальных, традиционных обществ, где геронтократия — ведущая форма правления, а молодость считается скорее недостатком. Ныне же в развитых обществах состояние молодости ценностно окрашено позитивно, с ним связываются такие положительные черты, как готовность к творчеству, к принятию и внедрению нового, искренность и т. д. Все это, помимо прочего, тесно связано с утверждением идеи прогресса в масштабах общества: молодежь — живое воплощение грядущего, более совершенного, чем настоящее.

Длительность и сложность периода социализации, отсутствие четко обозначенной границы между молодостью и зрелостью вызывают такое явление, как постепенное «врастание» молодого поколения в старшее. Это позволяет «растягивать» состояние «молодости» (в социальном смысле) на неопределенно долгое время. Но особенно важно то, что некоторые черты и ценности молодежной субкультуры распространялись практически на все социальные категории, то есть происходит как бы «омоложение» общества.

Ситуация сложилась любопытная и в некотором роде противоречивая.

С одной стороны, различными социальными институтами, массовым и профессиональным (социологическим) сознанием молодежь рассматривается как особая, специфическая категория. С другой стороны, в результате своего рода экспансии молодежных ценностей они становятся общим достоянием, «молодежный стиль» пронизывает жизнедеятельность всего общества. Используя образ Андрея Платонова, можно сказать, что в обществе образуется своеобразное «ювенильное море» — «море юности». «Взрослая» стадия жизни перестает восприниматься как окончательный образец и абсолютная норма, к которым безусловно стремятся. На это наслаивается постоянно ситуация воспитываемости и ученичества, в которой находится современный человек: во-первых, он часто мигрирует и начинает на новом месте «новую жизнь»; во-вторых, он постоянно занят профессиональной учебной, переподготовкой, а иногда и совсем меняет профессию, то есть опять-таки как бы начинает сначала; в-третьих, всю жизнь он является объектом воспитания для средств массовой информации, искусства и т. д.

Здесь же уместно отметить существенное влияние моды, воздействующей отнюдь не только на молодежь. В социальном плане мода выполняет две функции, на первый взгляд исключаящие друг друга: демаркацию и нивелирование социальных групп. С одной стороны, она устанавливает и обозначает границы группы (главным образом на начальных фазах модного цикла), с другой — размывает эти границы (на завершающих фазах). Применительно к молодежи это означает, что мода не только способствует формированию специфической молодежной субкультуры, но и время от времени разрушает ее специфику.

Еще один фактор «ювенилизации» общества — постоянная ломка культурной традиции, в результате которой оно периодически как бы начинает жизнь заново и таким образом ощущает себя молодым. Реакцией на такой тип развития и отчасти его следствием выступают различные формы традиционализма — от идеализации крестьянской культуры до призывов ни на шаг не отступать от классических образцов в искусстве. Впрочем, и сам традиционализм нередко порождается той же модой, и мода на традицию, на старину — явление достаточно расп-

ространенное.

Все это следует иметь в виду различным социальным институтам и организациям, которые, обращаясь к молодежи, усиленно подчеркивают специфику своего адресата, забывая при этом, что и другие возрастные категории имеют право на внимание и ценности, первоначально предназначенные собственно молодым. Например, активная пропаганда «молодежной моды» (которая, кстати, нередко оказывается лишь более утрированным вариантом моды для всех) в ситуации, когда интересы других возрастных категорий, в частности пожилых людей, игнорируются, может стать катализатором если не конфликта, то, во всяком случае, взаимного непонимания поколений. То же самое относится к иным, предназначенным «для молодежи» изделиям — реально их молодежная специфика зачастую бывает проблематична, однако адресат их указывается определенно и категорично.

Молодежь — единственная возрастная категория, основательно выделенная и средствами массовой информации, с которой различные социальные институты осуществляют постоянный диалог (имеется в виду именно категория, а не отдельные ее представители). У нас фактически нет специальных изданий, радио- и телепередач для пожилых людей, что, видимо, вызвано отчасти отмеченным выше высоким статусом молодости в ценностной структуре современного общества. И хотя деятельность молодежных редакций телевидения и радио, изданий для молодежи и т. д. интересует далеко не только собственно молодежь, остальные возрастные категории при восприятии этой же информации все же могут ощущать себя лишними, вторгающимися на «чужую территорию».

Для дизайна распространение в нашем обществе ценности молодости и молодежных ценностей имеет противоречивое значение. Мне представляется актуальным выявлять и учитывать как позитивные, так и негативные, как реальные, так и потенциальные последствия этого явления для процесса проектирования предметного, да и не только предметного, мира. Начну с негативных. «Молодежное» состояние общественного сознания нередко связано со стремлением к быстрому и в то же время глубоким, масштабным изменениям. Поскольку в действительности все оказывается не так просто, постольку нетерпеливая жажда чудесного обновления может довольно быстро смениться апатией, цинизмом или верой в то, что «золотой век» позади, в прошлом, и спасение следует искать именно там. Отсюда — проектирование заведомо нетворческое, уповаящее главным образом на найденные в прошлом решения, на традицию и архаику.

С другой стороны, «молодежный» характер общественного сознания может способствовать и способствует разного рода прожектерству, проектированию бюрократического толка или же причудливым смесям, составленным из этих компонентов. Примеров такого «нетрезвого» проектирования мы знаем немало, в том числе и в последние годы. Отсюда же и недоверие к естественному ходу вещей, к реальному развитию общества, культуры, техники и даже природы и, соответственно, к проектированию, основанному на этом развитии. Прожектерство под видом прогрессивного проектирования обычно усиленно апеллирует к будущему, сопровождается множеством обещаний, тем более радужных, чем отдаленней срок исполнения.

Но молодежное сознание, молодежные ценности — это и надежда, и источник оптимизма для проектирования. Такие «молодежные» черты, как незавершенность, открытость к нововведениям, инициативность, создают благоприятнейшую среду для новаторского и экспериментального дизайна, для свободного творческого поиска, устремленного в будущее. 20-е годы дают нам блестящий образец революционной атмосферы, в которой молодость и творчество идут рука об руку. Именно этот союз отражен в известных словах поэта:

А моя страна — подросток,—
твори, выдумывай, пробуй!

И не случайно именно в 20-е годы, проникнутые пафосом молодости, обновления и творчества, отечественный дизайн занимал лидирующие позиции в мире, а достижения того времени и сегодня достигают мощное воздействие на развитие всего мирового дизайна.

Специальное место в проектировании предметной среды следует отводить для эмоционального, спонтанного, игрового и даже иррационального элементов, придавая им, разумеется, направленность, позитивную в социальном и личностном отношениях. Игнорировать эти элементы опасно, ибо в молодежной субкультуре они могут прорываться в различных формах отклоняющегося поведения: преступности, наркомании и т. д.

Музыка сегодня — наиболее популярный вид искусства среди молодежи, и этот факт также надо иметь в виду дизайну, причем не только в узком контексте создания собственно музыкальных инструментов и аппаратуры. Речь идет о «музыкальных мотивах» в проектировании всей предметной среды. Аналогичную ситуацию можно отметить применительно к спорту и «спортивным мотивам» — «спортивный стиль» и «молодежный стиль» во многом совпадают.

В проектировании предметного мира молодежи, как, впрочем, и вообще в социальной политике в этом вопросе, важно уметь балансировать между специфически молодежными и немолодежными элементами, выбрать оптимальное соотношение между ними. Бесспорно, молодежную специфику учитывать необходимо, но, учитывая ее реально, следует, как мне кажется, меньше словесно мушкетировать особые черты молодежи и ее субкультуры. Постоянный акцент на «молодежности» как таковой способен породить миф о молодежи, чреватый, помимо прочего, инфантилизмом, изоляционистскими тенденциями в молодежной субкультуре, молодежным эгоцентризмом. Прав поэт Лев Озеров, когда пишет о литературной молодежи: «Не надо из молодых людей формировать автономную молодую литературу. Мне представляется вредным устраивать загон для молодняка»¹.

То же самое можно сказать и о молодых дизайнерах, и о молодых адресатах дизайнерской деятельности. Не стоит очень уж громко декларировать особую специфику ни на что не похожей молодежной предметной среды, не надо подчеркивать молодость ее творцов — это может оказаться единственным их преимуществом, к тому же неизбежно временным. Куда эффективнее опираться в проектировании на молодежные ценности, функционирующие сегодня в обществе, учитывая при этом, что в определенной мере они являются достоянием всего общества, да и создаются, разумеется, далеко не только в самой молодежной среде. Вообще специфика дизайнерской продукции лучше осуществлять таким образом, чтобы остальные возрастные категории не оставались без внимания.

Ориентация на молодежные ценности в проектировании совсем не обязательно означает их полное и безусловное принятие. Важна прежде всего установка на потребности — состояния молодежи, то есть на проблемные ситуации в ее жизнедеятельности, отражающиеся, в частности, в ее ценностях. Такая установка предполагает не только воспроизведение, повторение молодежных ценностей в дизайне, но и формирование этих ценностей, опережающее проектирование, способствующее решению проблем молодежи. Ведь и сама она представляет собой проект, еще не реализованный, не осуществленный, но реализуемый, осуществляемый с участием дизайнера.

Получено редакцией 18.07.88

¹ Лев ОЗЕРОВ. Мастера и подмастерья. — Литературная газета, № 42, 1987, 14 октября.

Конец молодежного стиля

ЛЕВИНСОН А. Г., канд. искусствоведения, ВНИИТЭ

«Молодежный» стиль, универмаг, журнал, диспут. «Молодежная» стрижка, мода, стройка. «Молодежное» кафе, движение. «Молодежные» товары, организации, проблемы... Мельканием этого слова на вывесках, этикетках, в заголовках статей и на плакатах запомнится нам эпоха, когда в обществе все явственнее обнаруживались явления, менее всего связанные с молодостью. Так пыталось заявить о себе остановившееся, а то и «пятящееся» назад время, когда руководители и администраторы, переходя во все более преклонный возраст, прозямали все больше озабоченности «проблемами молодежи». Этикеточно-вывесочная сторона этой «озабоченности» коснулась и дизайна — пришли заказы на изделия «молодежной тематики». Торговля ввела индекс «М». Обратной стороной этой — подчеркиваем, этой! — проблемы были памятные тем же дизайнерам трудности с проталкиванием работ и выставок молодых (а не «молодежных») дизайнеров, коллективов, направлений.

Озабоченные так называемой инфантильностью молодежи, патриархи общественного состояния, которое они, льстя себе, называли солидным словом «зрелый», формировали целую систему взглядов на «проблемы воспитания подросткового поколения». Одна из основ этой системы — оценка практически любого факта не в его собственном значении, а с точки зрения воспитательной. «Мы-то пойдем, а вот молодежь...» или «Нам-то ладно, но для молодежи...» Как знакомы нам эти заключения разнообразных комиссий, советов, комитетов!

Вторым «пунктом» этой же системы было постоянное обращение к «молодежи» с призывами сделать то-то, поехать туда-то. Сколько труда художников-графиков, плакатистов, шрифтовиков истрачено на оформление этих призывов в визуальных кодах! Развился даже особый род режиссерско-оформительского искусства (дизайном его называть не хочется) — зрелищное воплощение ответов «молодежи» на празднествах, митингах, парадах, а также на экранах, плакатах, листах.

Не мелочь ли, как называется кафе? Ну и пусть себе будет «Молодежное», даже если толпятся там алкаши без возраста. Какая разница, что за слова треплет ветер на линиях комаче? Ведь все знают, что на самом деле молодежная стройка — не молодежная, как и экипаж, цех, смена, почин... Никто не думал, во что выльются повторяемые без души и без ума слова, спянные в качестве «халтурки» плакаты, выпускаемые кое-как товары.

Всякий, кому приходится ездить в автобусе, электричке, в метро, знает, что у плакатно-митинговых призывов к молодежи есть двойники — это ставший привычным, как старая мозоль, набор устных народных претензий к «молодежи». Претензии эти — кривое зеркало

плакатов, с которых глядят физические переразвитые, по моральной чистоте недостижимые, готовые ответить на любой очерченной призывом молодые герои; и трамвайно-автобусный фольклор отражает их в образе наглых и распухших бездельников, которые «расселись», «матери не помогут», «только пьют да орут в парадном».

Перечисление фантомов и теней «молодежи», возвеличивающих ее портретов и унижающих карикатур можно продолжать до бесконечности. Но достаточно и сказанного, чтобы обосновать наш вывод. Прозвучит он, может быть, и парадоксально: на самом деле молодежи нет. Есть вывески и отражения, есть «молодежные» мода и стиль. Есть молодежные организации и даже комитеты молодежных организаций. А молодежи нет.

Разумеется, есть молодость с ее радостями и грустью. Разумеется, в стране довольно много людей в возрасте, скажем, 17 или 23 лет. Тем, кто считает, что факт сей показывает или, хуже того, доказывает обратное, зададим вопрос: означает ли что-нибудь наличие в стране множества персон в возрасте 38, 42 или 47 лет? Разве есть у нас социальная категория, которую составляют «лица среднего возраста»? Разве призовешь их — в отдельности от всего остального народа — на стройки или поля? И нет для них особого стиля или особого индекса, особого универмага и кафе. Они ведь и есть народ. (Правда, за ними идут «пожилые», персональные и имперсональные пенсионеры. Те тоже, как и «молодежь», считаются особой разновидностью людей. Им — особые товары, особые магазины и прилавки. Свои билеты и свои организации. И особое, двойное — плакатное + трамвайное — отношение к ним, то есть почет + отвержение.)

Из практики оккультизма известно, что заклинание и вызывание духов обязательно дает некий результат, пусть даже и обратный предполагаемому. Нет особой категории людей, которых надо называть специальным словом «молодежь», но особый род проблем, которые зовутся «молодежными», накликал удалось.

Если кого-то удивляет, что мы видим источник «молодежных» проблем вне молодежи, просим порассуждать вместе: как могут те, кто пришел в мир позже и застал его сложным старшими, кто живет в нем зависимым, воспитуемым, не наделенным ответственностью и т. д., быть причиной, источником, субъектом каких-то действий или проблем, а не их следствием и объектом? Разве порядки для родителей в мире строят дети? Нет, молодежные проблемы, как и индекс «М», как и саму «молодежь», придумали не молодые. Но дух так или иначе вызван. Он стремится, позволив себе горькую шутку, залезть в бутылку, а за неимением оной и в шприц, или

в спрей. И есть ответ так называемой (или так вызываемой) молодежи на обывательское выделение из общества части его членов по признаку «возраст» и вменения им особых обязанностей и даже прав. Ответом стало, и иначе не могло быть, распространение среди самих выделяемых именно этого — «молодежного» — принципа организации социальных отношений и культурных образцов.

О пресловутой молодежной культуре мы скажем подробнее. Но сначала надо непременно написать про ползущее скорее СПИДа злокачественное заболевание. Оно поражает молодых людей в их коллективах: все виды отношений начинают организовываться там по признаку возраста или стажа. Права и обязанности, привилегии и лишения, блага материальные и духовные, сама мораль и нравственность распределяются между людьми не по принципу всеобщего равенства, не по различиям в заслугах и достижениях. Принципом оказывается календарь: кто старше, кто раньше — тот привилегирован. Придет твое время — будешь и ты в своем праве, а пока ты ничто.

На этом своеобразном природном праве зиждется вся система «дедовщины» в воинских частях, системы господства и подчинения и в трудоволоньерах, и в обычных ПТУ. Это «заболевание» распространяется не без помощи «взрослого» общества все шире. Мы назвали его злокачественным потому, что оно есть продукт перерождения нормальных отношений. Эта система обладает, на первый взгляд, едва ли не всеми атрибутами нормальной социальности. В этих отношениях есть свои привязанности и свои антагонизмы, надежды и горести, торжество и отчаяние. Прошедшим через них людям эти отношения повозрастного распределения прав и обязанностей (первые — старшим, вторые — младшим) демонстрируют, так сказать, «всю жизнь» в миниатюре. Система «как нас били, так и мы вас, конечно, бить будем» многим импонирует подобием справедливости (а также устранением ответственности за содеянное зло, непременно «попадания из грязи в князи» и пр.).

Ограничение общечеловеческого — любви, дружбы, помощи, чести — теми или иными рамками своего возраста, призыва, курса ничем не лучше более знакомого нам ограничения своим классом, своей нацией или расой. В определенном смысле даже хуже. Национальное, классовое угнетение, как известно, можно сбросить. А при этой «скользящей» системе угнетенные — сами будущие угнетатели. Такие вот цветы зла взрастили, на наш взгляд, те, кто делил общество на «нас» и «нынешнюю молодежь», оставляя за собой право эту «молодежь» ругать или хвалить.

Желающие увидеть в этом вечную

проблему «отцов и детей» — не спешите. У классика слова эти были к месту. Они указывали на парадокс: смотрите, одна семья, все родные, а ведь какие разные, как разошлись! У нас же вкладывают иной смысл: молодые должны слушаться старших, а они по-своему норовят! Эту манеру — представлять общество как семью, а отношения в нем как отношения отцов и детей — мы слишком хорошо знаем из давней и недавней истории. Остерегитесь!

Другим следствием «возрастного» подхода стали события в сфере культуры и искусства. Мы собираемся говорить о культуре, которую обычно называют все тем же словом «молодежная», а к слову культура прибавляют приставки суб-, контр- или рок-¹. У нас, считают те, кто убежден, что молодежные проблемы нам создает молодежь, не было бы этих проблем, если бы не эта молодежная, будь она неладна, культура. Источник ее, считают они с некоторой непоследовательностью, не в молодежи. Наша молодежь сама бы до такого не додумалась (мы же не додумались!). Ее источник — «Запад». Бесспорным, на их взгляд, доказательством служат иностранные и сплошь непонятные им слова, образы, ритмы, символы, а также имеющиеся в их распоряжении «вражеские» секретные инструкции, предписывающие подрывать наш строй, действуя на молодежь рок-культурой.

Ей-богу, смешно отводить от себя ответственность, тыкать пальцем в Запад, обвиняя его в растлении нашей молодежи. Ведь при всей мощи его радиостанций, его шоу-бизнеса, видеоиндустрии, легкой промышленности и дизайна Западу и не снились такие возможности для рекламы его гадкого образа жизни, которые есть у пропагандистов наших достижений. Ему не обрушить на нас те квадратные километры наглядной агитации, круглосуточные вещания, килотонны ширпотреба, которые посвятили нашей молодежи наши собственные идеологи, производственники, режиссеры и художники.

Как не видеть, что по структуре, то есть по своим произвольным и важнейшим внутренним чертам, вся эта пугающая вышеназванных мастеров воспитания молодежная культура точно-точно отражает адресовавшееся «молодежи» попочительное-воспитательное порожнее внимание. А уж эти ее нарочито «западные» ярлыки более всего другого говорят о местном происхождении, ибо адресованы, разумеется, не самой себе, а именно попочителям-воспитателям как прямой ответ насаждавшейся ими системе демонстративного, вывесочно-плакатного патриотизма. Точно также лукавят или наивни-

чают те, кто слышит в громкой музыке и выкрикиваниях слов одно лишь подражание западным рок-исполнителям. Они не хотят увидеть в этом куда более явное пародийное подражание, но подражание-отвержение, карикатуру той бравурной музыки и тех громких словес, которые местные рок-музыканты наслушались за свою жизнь куда больше, чем всех «дисков», вместе взятых. И пусть режиссеры так называют массовых действующих свою совесть и совесть тех, кто писал им сценарии и текстовки. Тогда найдется ответ, почему именно такие у нас рок-фестивали и хит-парады, такие «тусовки» и «сейшены». Ответ — там, а не в импортных видеоклипах, хоть и очень соблазнительно списать собственные грехи на идеологическую контрбанду. Свой ответ со стороны «молодежи» получили и наши модельеры и наши легпромовцы — создатели так называемой «молодежной одежды». Пародией на их изделия, а не копией рок-кумиров являются носимые «молодежью» вещи, от кожи металлистов до штанов люберов.

Увы, дело не в тряпках и красках, не в материальной культуре молодежи. Не в самих стилях. Ибо все знают, что когда крики улягутся, когда ругаемая «молодежь» перестанет нечто носить, употреблять, делать, это нечто со скрипом осваивается промышленными дизайнерами, модельерами и даже технологами. Оно появляется на прилавке, увенчанное королевским индексом «М». Оно становится одним из элементов «молодежного стиля» и его начинают покупать те, у кого есть средства приплатить за пресловутый индекс, но нет иных возможностей выглядеть «молодежно».

Справедливости ради надо сказать, что «снашивание» некогда скандальных авангардных образов в обществе со столь многоступенчатой структурой, как наша, происходит долго. Ведь есть еще люди, которые недоборолась с узкими брюками в 50-х. Чего уж говорить о тех, кто считает главной опасностью для страны рок. Еще и еще раз. Будет очередной злонамеренной ошибкой (или чудом сохраненной наивностью) не услышать, что вопль, несущийся из «молодежной» среды, обращен не к кому-либо, а к нам. К тем самым «отцам», что сетуют, к пенсионерам, что злятся, к ответработникам, что осуждают. И нечего прятаться за то обстоятельство, что вопль этот идет на «заграничном» языке, а мы, мол, его не обязаны понимать. Нет, только на таком, нарочито чуждом языке эти вопли и будут звучать до тех пор, пока не будут услышаны. И действительно, лишь тогда, когда зашевелились те, кому они на самом деле были адресованы, тогда в знаковые системы новой молодежной культуры и стали входить родная музыка и слова. Ибо это — более тонкие, более изощренные знаки. Появились отечественные одежды, значки из киоска, не-

англизированные жаргоны. Но только привкус отстранения в них — то режущее-острый, то почти неприметный — от злой издевки концептуалистов до ласкового пошучивания «митьков» — показывает: мы вам возвращаем все это. Стоит по очереди подчеркнуть все местоимения в этой фразе, вдуматься и в это «вам» и в это «это».

Да, ответственность создателей «казенной», «официальной», визуальной культуры, обращенной к молодежи, именно такова. Измерить ее можно мерой скандальности неофициальной, «неформальной» визуальной культуры. Точно так же можно измерить ответственность идеологов.

С объявлением окончания эпохи зстоя профессионалы-изготовители всего «молодежного» не подали в отставку. Часть из них надеется, что через некоторое время можно будет снова говорить, рисовать, выпускать то же самое. Другая смекает, что можно уже сейчас, только надо аранжировать это под рок, постмодерн и т. п. От того, что мы обнародовали наши разоблачительные филиппики в адрес тех, кто фабрикует и собирается далее фабриковать потребительские и иные изделия с индексом «М» — «молодежное», ситуация вряд ли изменится. Она может измениться от причин основательных, социальных. Должен перейти на иные рельсы, ни много ни мало, сам процесс социальной дифференциации в нашем обществе. Деление на возрастные категории, на степени зрелости (вроде груш — незрелые, зрелые, перезрелые) должно измениться на множество иных. Именно множество — шкал, рядов, иерархий, ни одна из которых не получает преимущественного перед другими значения, а «работает» в пределах своей ситуации — вот альтернатива, обещающая новую динамичную жизнь для всех, в том числе и для тех, кому хочется быть молодым. Особенность перехода на такие рельсы множественности, рельсы социалистического плюрализма в том, что осуществлен он может быть только «на местах», только созданием конкретных ситуаций в искусстве, дизайне, ремесле, в данной отрасли промышленности, на данном предприятии.

Читатель спросит: вы что же, против молодежного дизайна, против того, чтобы учитывать потребности молодежи, специфику возраста? (Любящий задавать такие вопросы читатель обычно, не давая ответить, развивает их далее: вы хотите, чтоб все были одеты одинаково или как попало, чтоб у нашей молодежи не было ярких, веселых вещей, чтоб мы опять отстали от Запада... и т. д.) Отвечая на эти запальчивые вопросы, мы говорим: да, эта статья написана ради того, чтобы специфика «молодежного», как она понимается сейчас, объявить вымышленной. Деление общества на «молодежь» и всех остальных вредит обществу, деление товаров по такому же принципу также не приносит пользы.

Запальчивый читатель воскликнет:

¹ Слово «рок» употребляется далее в предельно расширенном значении: вся выросшая самостоятельно, в противостоянии официозу и его традициям сумма культурных форм. Искусствоведческое определение не устроит, социологу оно подойдет своей функциональностью и интенциональной определенностью.

только-только мы добились учета интересов особой социальной группы, как социолог, которому сам бог велел это поддерживать, выступает против! Социологу действительно пристало поддерживать удовлетворение интересов общественных групп. Но не одной — всех! Социолог знает, что интересы, вкусы, потребности групп, огулом всаженных в категорию «М», необычайно различны, даже если выделять эти группы по возрастному признаку. Социологу ведомо, что границы внутри так называемого «молодежного» возраста, который зачем-то специальным законом хотят установить с 14 до 30 лет, часто оказываются более выраженными, чем сами эти рамки; манеры пятнадцатилетних сильнее отличаются от манер двадцатилетних, чем поведение людей 28 лет от поведения людей 32 лет. (Но это отнюдь не значит, что следует вводить два закона — для «младшей молодежи» и для «старшей», что нужны две категории кафе, универмагов, два индекса с наценкой.) Не годится сам принцип деления людей по возрасту как по основному признаку их социального положения.

Существуют иные основания деления и объединения людей в группы, сообщества, категории. Они могут иметь самую различную природу — территориальные, профессиональные, любительские, национальные, вкусовые, мировоззренческие и т. д. Пытаться, пусть даже на основе социологических сведений, законодательно утверждать каждый из этих принципов деления, ладить под него сеть магазинов или общепита, учреждать особый род дизайна и наценку и невозможно и не нужно.

Нужно и возможно дать пространство и время для проявления всех этих группобразующих сил. Когда они утвердятся на общественной арене, в жизни, в практике, тогда и в дизайне они найдут свои отклики, свой язык, свою стилистику. Если же вдобавок будет существовать гибкая и мобильная промышленность с такой же торговлей, то соответствующие товары (и некоторые наверняка с наценками) не замедлят появиться, доставив продукт дизайнерского труда его адресату-потребителю.

Порицаемая зпатажная молодежная культура сама по себе еще целиком дитя старой ситуации. Она принимает выделение себя из «взрослого» общества, только делает вид, что сама бросает ему вызов. В этом смысле предстоит преодолеть «контр-», «анти-» культуру, преодолеть не только казенно-молодежный, но и ее неформально-молодежный стиль. Однако сейчас она может послужить и дизайнерам, и искусствоведам первым и пока единственным примером того, как социальная группа рождает свой стиль, свой дизайн. Если поможем — таких примеров станет много.

Подписано соглашение

Между Союзом дизайнеров СССР и Обществом дизайнеров Америки (IDSA) подписано соглашение о взаимном сотрудничестве и обменах. В речи перед подписанием соглашения президент IDSA П. Вудинг, приветствуя начало рабочих творческих связей между дизайнерскими организациями двух стран, подробно рассказал о первом совместном мероприятии — выставке «Дизайн США», которая начиная с мая 1989 года будет экспонироваться в девяти городах Советского Союза. Планируемая выставка финансируется Информационным агентством США (ЮСИА) и будет представлять собой усовершенствованный вариант выставки, проходящей сейчас в странах Восточной Европы. Экспозиция пополнится последними наиболее интересными работами американских дизайнеров.

Проведение выставки «Дизайн США» явится одним из важных американо-советских мероприятий, проводимых в соответствии с Соглашением о культурных обменах, подписанным Р. Рейганом и М. С. Горбачевым во время встречи на высшем уровне в Москве.

В Центре Помпиду

В Центре культуры и искусств им. Ж. Помпиду (Париж) в июне—сентябре 1988 года работала выставка «Французский дизайн 1960—1990 гг.». Экспозиция отразила тридцатилетний путь развития французского дизайна, его специфику, место в мировом дизайне. Организаторы выставки стремились показать истоки современного дизайна во Франции, сложившегося в результате конфронтации и взаимного влияния идей функционализма и традиционного для этой страны тяготения к декоративности промышленных изделий. Большая часть экспозиции отводится мебели, предметам оборудования жилого интерьера, изделиям для быта, так как в последнее время именно эта сфера дизайна развивается во Франции наиболее успешно. Выставка наглядно показала эволюцию французского дизайна под влиянием сначала Ульмского Высшего училища художественного конструирования, позже — работ японских дизайнеров, а в области графического дизайна — под воздействием швейцарской и польской школ прикладной графики.

В разделе, посвященном современному состоянию дизайна во Франции и ближайшим перспективам его развития, показаны достижения в использовании ЭВМ и видеотехники в проектной работе. В то же время этот раздел отражает вновь возрождающийся интерес дизайнеров к декоративно-прикладному искусству.

По мнению некоторых специалистов, инженерное и художественное начала во французском дизайне до сих пор не слились воедино, а продолжают лишь сосуществовать. Оценки этого явления самые разнообразные — от положительных до резко отрицательных; однако выставка показала, что дизайн во Франции имеет свое лицо, свою школу и уже дал немало образцов, эстетический уровень которых не уступает мировому.

Семинар в Ереване

Воспитывать художественный вкус надо со школьной скамьи — с этим никто не спорит; однако из года в год мы неизменно констатируем отставание в деле эстетического образования в школе.

Реальным и продуктивным путем в этом направлении представляется слияние процессов трудового и эстетического воспитания через приобщение учащихся к дизайну и эргономике — к единству материальной и духовной культуры, технического и эстетического творчества. Особо важным звеном в этой цепи являются станции юных техников, которые, наряду с формированием у детей, занимающихся техническим творчеством, инженерного мышления, должны формировать эстетическое отношение к объекту и продукту труда.

Роли дизайна в техническом творчестве детей был посвящен специальный семинар в Ереване, организованный Армянским филиалом ВНИИТЭ совместно с Центральной станцией юных техников. На семинар были приглашены представители станций юных техников республики, преподаватели изобразительного искусства общеобразовательных школ.

Семинар принял решение считать необходимым создать при станциях юных техников республики учебно-производственные дизайн-кружки, способные вести проектную и научно-методическую работу в соответствии с направлениями учебных станций. Рекомендовать Армянскому филиалу ВНИИТЭ совместно с соответствующим отделом Министерства народного образования Арм. ССР разработать методику включения курса по основам дизайна в учебные циклы станций юных техников и в программы общеобразовательных школ республики.

ХАЧАТРЯН И. Г., АФ ВНИИТЭ

Галстуки. Проблема развития жанра

Мы привыкли к классической трактовке галстука как подчиненной, дополнительной детали костюма. Автор статьи отстаивает другую позицию: галстук — выразительный партнер в ансамбле костюма, он способен нести определенную идентифицирующую функцию.

СИДОРЕНКО Е. В., художник-технолог, ВНИИТГП

Анализируя современное состояние галстучного производства как в нашей стране, так и за рубежом, приходишь к выводу, что эта область текстильного дизайна отличается наиболее консервативностью и на протяжении многих десятков лет устойчиво сохраняет всем известный стереотип галстучного рисунка. В основе этого стереотипа лежит классическая трактовка галстука как подчиненной детали в художественном ансамбле костюма.

Однако эта классическая трактовка перестала быть единственно возможной после того, как кто-то из молодых авангардистов надел галстук не под костюм, а вместо костюма, прямо на голое тело. Появилась новая идея — галстук-костюм, — превратившая традиционную и едва ли не самую консервативную вещь в один из символов молодежного бунта против всего напыщенного, чопорного, заорганизованного.

Правда, эта выходка не произвела такого же взрывного эффекта, как, например, джинсы, породившие «джинсовый стиль», но она дала импульс иной, оригинальной трактовке галстука как вещи самостоятельной, способной принимать на себя главную нагрузку в образно-символической идентификации человека в социальном мире. И все-таки проектный поиск, раскрывающий художественные возможности неклассической концепции галстука, не получил должного развития.

Это и понятно.

Длительное господство классической концепции галстука как детали, полностью детерминированной костюмом, не способствовало тому, чтобы к разработке новых художественных идей в создании галстуков привлекались талантливые модельеры, дизайнеры. Ведь галстук, согласно этой позиции, не является самостоятельным жанром искусства, дающим простор проектно-художественному воображению. Кроме причин управленческих, производственно-технологических и экономических есть причины сугубо профессиональные, связанные с неразвитостью этого специфического жанра проектного искусства и, как следствие, с неразвитостью соответствующего слоя эстетической культуры в обществе в целом: у потребителей, экспертов, представителей промышленности и торговли.

Бывая на художественных советах, удивляешься тому, как художники из городов и регионов, с различными предпочтениями и объединениями, не сговариваясь, делают почти одно и то же. Их творческие усилия направлены на поиск еще и еще одного, почти неуловимого нюанса в текстуре изделия, дающего столь же неуловимый фактурный или цветовой эффект, но оставляющий неизменным тип, точнее, стереотип изделия. Рождение нового художественного образа изделия не происходит. Не происходит и развитие жан-

ра в целом. В результате потребительский ассортимент галстуков оказывается суженным до одного усредненного типа, в котором нет и намека на различие между молодежным и респектабельным, праздничным и повседневным, театральным и официально-этикетным, летним и зимним, мужским и женским, а также различия в стиливых решениях («ретро», «авангард», «новая волна»). Дизайнеры как бы добровольно загнали себя в прокрустово ложе некоего усредненного стереотипа, откуда нет выхода на действительно разнообразный ассортимент, отвечающий многообразию образов жизни, эстетических контекстов и стилей поведения человека в современном мире. Галстук как объект проектирования оказался в каком-то смысле вне сферы основных ведущих стиливых процессов и модных течений художественной культуры, и в частности в дизайне, где тон задают дизайн радиозлектроники, графический дизайн или автомобильный дизайн. Конечно, галстук как жанр не может конкурировать в лидерстве с вышеназванными синтетическими жанрами, и не в этом дело, но с художественной точки зрения каменность этого жанра не может считаться недостатком и препятствием к тому, чтобы рассматривать его как равноценный с другими.

Полезно, например, сравнить стиливые процессы, происходящие в графическом дизайне, в частности, развитие стиля «мемфис» с распространением «новой волны», с тенденциями формообразования в галстучном производстве. На фоне индивидуальностей и имен с мировой славой, разнообразных творческих направлений и концепций в графическом дизайне «галстучный дизайн» выглядит слишком невыгодно — усредненно-безлико, несовременно, вне сферы влияния общего стиливого процесса. Почему, например, стиль «новая волна» совершенно не затронул дизайнеров-галстучников? Не потому ли, что, находясь под гипнозом стереотипа, они просто не включены в художественные процессы, захватившие смежные области дизайна одежды, и порой ничего и не знают о них? Между тем, галстук — наиболее динамичный элемент костюма, способный мгновенно реагировать на малейшие изменения в социально-психологической атмосфере, в ценностных ориентациях общества, в стиле и моде. Он может быть не только выдержанным в строгих классических нормах стиля, но и таким же остро публицистичным, как, например, майка с портретами Горбачева и Рейгана, выпущенная американцами накануне их встречи в Москве. Если бы наша галстучная промышленность и дизайнеры захотели бы быть порасторопней и предприимчивей, они живо среагировали бы на бум в западных странах на советскую революционную символику в связи с нашей перестройкой. В областях высокой тех-

нологии нам трудно конкурировать с Западом, но есть такие области промышленного дизайна, где мы вполне могли бы быть конкурентоспособными. И к ним, безусловно, относится весь текстильный дизайн, в котором у нас есть богатейшие многонациональные художественные традиции. Однако порожденные застоєм конформизм, социальная апатия, низкий духовный и интеллектуальный тонус некоторых работников становятся трудноподолимым препятствием, в котором вязнет, как в болоте, всякая инициатива, нарушающая образ стереотипа.

Теперь несколько слов о коллекции молодежных галстуков, частично представленной в эскизах и изделиях на снимках.

Эта коллекция была разработана автором статьи под руководством зав. отделом А. М. Куперваера во ВНИИТГП в 1986—1987 годах. Всего в нее вошло 40 эскизов, группирующихся в серии, каждая из которых развивает ту или иную художественную идею. В целом коллекция была задумана как исследование новых путей в художественном проектировании галстуков. В процессе решения этой задачи складывались некоторые художественные принципы авторской концепции, не претендующей на всеобщность, а лишь показывающей возможность и необходимость альтернативных подходов в этом жанре проектирования. В исходной установке не было задачи создать разнообразный и исчерпывающий ассортимент галстуков — думается, что разнообразие и полноценность потребительского ассортимента возникнут как следствие действительного многообразия авторских индивидуальностей. Отсутствие таких творческих личностей не может быть возмещено, на наш взгляд, логически построенной программой ассортимента.

Разработанная коллекция — один из возможных вариантов художественной интерпретации неклассической эстетической концепции галстука, трактующей его как по меньшей мере равноправного выразительного партнера в ансамбле костюма.

Галстук может принимать на себя роль главной композиционной детали, с помощью которой человек, идентифицирующий свой социально-ценностный образ, выражает свои эстетические, социально-групповые, ситуационные ориентации (в аналогичной функции молодежь использует всякого рода булавки, металлические застёжки, цепочки, молнии, шнурки, а также косметику и другие детали-символы). При такой трактовке галстук правомерно создавать как относительно самостоятельное и завершённое в себе художественное произведение с нетрадиционной композицией, в которой на неуловимой грани сплетаются сложность и простота, живописность и графичность, диссонанс и гармония форм. При этом стремление к лаконичности галстучного

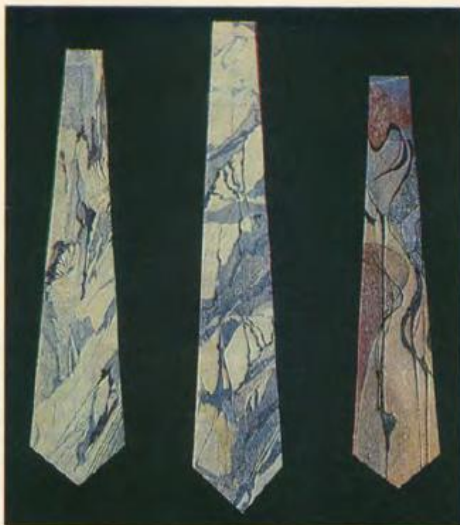


Фото Ю. А. ПЕТРОВА

1. Эскизы молодежных галстуков. Фрагмент композиции коллекции 1986—1987 гг.

2. Серия молодежных галстуков. Промышленные изделия 1987 г. Дизайнер Е. В. СИДОРЕНКО

рисунка остается неперменным условием хорошего вкуса.

Такой подход даст возможность задумывать образ галстука как бы в образном ключе конкретного человека: подчеркивать его индивидуальность, выгодно и выразительно оттенять его внешность и характер, предугадывать ситуацию использования. Деловой костюм не способен взять на себя эту роль, поскольку его образная функция, скорее, противоположна сказанному: это своего рода униформа, облегчающая, а зачастую являющаяся неперменным условием ролевой идентификации человека в системе формализованных отношений. Классическая трактовка галстука является в сущности частью концепции делового костюма. Но реально многообразии стилей жизни и поведений людей требует соответствующего многообразия подхода к художественному оформлению костюмного ансамбля.

Все эти идейные установки неклассической концепции необходимо перевести еще на язык современного стиля и моды. Одной из характерных устойчивых тенденций современного стиля является художественное цитирование стилей других исторических эпох, а также стилиевые ассоциации с культурами других народов (например, восточные ориентации европейских дизайнеров все еще остаются одной из доминант современного стиля). Другим актуальным мотивом формообразования являются экологические переживания современного человека. Вместе с тем сохраняются интонации бережного интеллигентного отношения к ценностям классики. Это выражается не в прямом цитировании, а в изысканной отточенности языка, характерного, в частности, для «новой волны». Можно также отметить такие особенности формообразования в текстиле и одежде, как сочетание геометрических и пластических форм (в частности, геометрического и растительного орнамента), многослойность формы, совмещение разных языков (разных стилей). Все эти стилиевые тенденции нашли свое пре-



ломление в разработанной коллекции галстуков.

Когда приходишь к ясному осознанию художественной задачи, небольшое поле галстука уже не кажется небольшим: оно способно быть плоскостью и объемом, у него появляется лицевая и оборотная стороны, рисунок вступает во взаимодействие с конструкцией (кроем, тектоникой, силуэтом) галстука и поиск художественного решения как бы переходит за физические границы галстука. В частности, автора интересовал вопрос, как сходятся в современном стилевом процессе два полярных, казалось бы, мотива: неоавангардизм с его ориентацией на «эстетику прямого угла» искусства 20-х годов и ориентация на традиционализм и архаизм, в частности, на эстетику средневековой Японии с ее особым чувством пластичности, текучести форм природы и предметов. Пережить эстетическую притягательность этих противоположных полюсов, найти точки их схождения, преодолеть их несходство в собственном художественном опыте и претворить

эстетическое переживание в новой художественной форме — так, нам кажется, художник отвечает на подобные вопросы. При этом он стремится избежать как внешнего подражания первоисточникам, так и грубой их модернизации, стремится достигнуть художественной глубины и прозрачности решения, в котором настоящее светится сквозь прошлое, а будущее — сквозь настоящее.

Возвращаясь в заключение к главной мысли статьи, еще раз повторим: профессиональная задача дизайнеров-галстучников состоит сейчас в том, чтобы, осознав эту сферу как самостоятельный мир художественно-проектной культуры, вывести ее из застоя, сделать ее сферой интересных творческих концепций и художественных программ. Но, конечно, полноценное развитие всякого жанра невозможно без развитой художественной критики, которая выполняет, пожалуй, наиболее важную роль в становлении художественного самосознания.

Получено редакцией 14.01.88

Экологический дизайн: поиски, результаты

В майском номере «Технической эстетики» были опубликованы материалы «круглого стола», на котором теоретики и практики дизайна обсуждали проблемы «экологического дизайна». Как обычно, встрече предшествовала подготовительная работа — редакция заранее разослала вопросы, определившие основные направления дискуссии. Не все специалисты, мнение которых, на наш взгляд, представляет интерес для читателя, смогли приехать в Москву, поэтому их участие в беседе оказалось заочным. Среди них — известный американский дизайнер, доктор философии, профессор Канзасского университета Виктор Папанек, который прислал в редакцию большое и интересное письмо. Напомним вкратце вопросы «круглого стола», на которые отвечает сегодня наш корреспондент: что вмещает в себя понятие «экологический дизайн», каким может быть его ответ на экологический призыв современности? По какой линии происходит или должна происходить экологизация дизайна? Если можно говорить об обособлении экодизайна как самостоятельного направления, то каковы его задачи? Способно ли наше современное дизайнерское образование готовить специалистов с экологическим мышлением или оно нуждается для этого в идейной и методической перестройке?



Виктор ПАПАНЕК,
доктор философии, профессор
Канзасского университета (США)

Дизайн, непосредственно ориентированный на разработку изделий, орудий, машин и прочих предметов материальной культуры, оказывает прямое и глубокое воздействие на экологическую ситуацию. Это можно без труда доказать: «жизнь» любого изделия — с момента его создания до существования в виде отходов — делится по крайней мере на пять отдельных циклов (или фаз), каждый из которых потенциально может принести огромный экологический ущерб.

Уже сам выбор материалов для изделия небезразличен для природы. Так, в процессе добычи руды, из которой затем выплавляется металл для автомобилей, происходит значительное загрязнение атмосферы. Любимый современными дизайнерами пенополистирол, используемый, например, при изготовлении дешевых одноразовых кофейных чашек, непосредственно приводит к расширению озоновой «дыры» над Антарктидой, что вызывает резкое повышение ультрафиолетового излучения на всей территории земного шара, способствуя увеличению количества раковых заболеваний кожи и крови, а также различных врожденных аномалий. Однако не следует воспринимать это предостережение как призыв к бездействию. Скорее я пытаюсь убедить дизайнеров в том, что в своей работе они всегда сталкиваются с необходимостью выбора, и от их решения будут зависеть самые широкие экологические последствия.

Фактическое производство изделий также имеет экологическую подоплеку. Здесь перед дизайнером снова встает множество вопросов. Не вреден ли сам процесс производства для рабочих из-за токсичных испарений, радиации и т. д.? Не происходит ли выброс в атмосферу вредных веществ через фабричные дымовые трубы? Ведь мы все знаем про микрочастицы в газах, выброс которых заводами на Среднем Западе США вызывает выпад кислотных

дождей, оказывающих пагубное воздействие на леса и озера в Канаде; или про аналогичный экологический ущерб, наносимый заводами Рурского региона Западной Германии растительной жизни Швеции и Дании. Нет ли на заводах утечки жидких отходов, просачивающихся в почву и отравляющих земельные угодья, или, что еще хуже, проникающих в систему водоснабжения?

Но пойдём дальше. Часто ли дизайнер при разработке упаковки, в которой изделие будет транспортироваться, поступать в торговую сеть и к конечному потребителю, задумывается об экологических последствиях? Серьезная опасность нарушения экологического равновесия, которую представляет пенополистирол, которую представляет пенополистирол. Помимо его использования в качестве материала для изготовления кофейных чашек и для сохранения теплыми таких продуктов питания быстрого приготовления, как гамбургеры, жареные цыплята и пицца, пенополистирол применяется также при создании упаковки, предохраняющей легко бьющиеся изделия (кинофотоаппаратуру, телевизоры, радиоаппаратуру или точные инструменты). Фторуглероды и другие соединения, применяемые в аэрозольных баллонах для упаковки лака для волос, крема для бритья, лакокрасочных материалов и разнообразной косметики, получили широкое распространение, несмотря на очевидные доказательства того, что эти аэрозольные пропелленты непосредственно вызывают разрушение озонового слоя атмосферы, который защищает все живое от ультрафиолетовых лучей солнца. Таким образом, фаза проектирования упаковки также имеет отношение к «Экодизайну».

Рассмотрим теперь само законченное изделие. Во многих случаях мы имеем дело со слишком большим количеством различных вариантов по сути одной и той же вещи. И, поскольку на изготовление большинства промышленных и потребительских товаров затрачиваются невозможные природные ресурсы, такое излишнее изобилие на рынке представляет угрозу в экологическом отношении. Приведем типичный пример: в Западной Европе, Канаде, Японии и США сегодня производится более 250 моделей видеокамер, которые практически не имеют никаких существенных различий.

Ряд других изделий угрожают экологическому равновесию более непосредственно. Например, возьмем снегоходы. Широко используемые для зимнего отдыха и спорта, они создают такой уровень шума, что приводят к уничтожению мест размножения дикой живности, представляют угрозу гнездящимся птицам. Разного типа вездеходы и мопеды повышенной проходимости разрушают наиболее ценный слой земной поверхности — верхние 10 сантиметров почвы, наиболее богатые пере-

И, наконец, почти каждое изделие представляет серьезную экологическую угрозу после окончания срока своей полезной службы. Достаточно взглянуть на огромные «автомобильные кладбища» во многих странах, на эти гигантские груды ржавеющего металла, разлагающейся краски, пластиковой обивки, на сочащийся прямо в землю бензин и масло, которые отравляют почву, заражают водоснабжение и природную среду. Было подсчитано, что потребительские отходы средней семьи в экономически развитых странах составляют ежегодно 16 тонн. Это не только создает экологическую угрозу, но и является непростительным разбазариванием материалов, которые могут быть эффективно использованы в качестве вторичного сырья. И это одна из тех немногих областей, где развивающиеся страны занимают лидирующее положение: вторичное использование материалов стало там нормой жизни.

Выше я попытался показать, что между дизайном и экологией существует очень тесная взаимосвязь, которая далеко не так проста, как может показаться на первый взгляд. Вывод отсюда может быть один: дизайн должен учитывать экологические аспекты, именно он должен стать связующим звеном между потребностями человека, культурой и экологией. При этом надо подчеркнуть, что «экодизайн» ни при каких обстоятельствах не должен быть независимым направлением в дизайне, как не должен он быть и лишь одним из периферийных элементов в общей системе дизайна. Экология должна стать не только неотъемлемой частью всего профессионального мышления и деятельности дизайнеров, но и центральным моментом как в профессиональной подготовке молодых дизайнеров и студентов, так и в работе уже практикующих специалистов. Пока же, однако, особая экологическая направленность мышления дизайнера, учитывающая возможные последствия его деятельности для окружающей среды, вступает в непосредственное противоречие с тремя основными тенденциями в современном дизайнерском образовании. Прежде всего с принципами радикального функционализма, который с начала 20-х годов до недавнего времени казался единственно верным и прогрессивным путем развития дизайна. Не меньший вред приносят безрассудное увлечение избыточно высокой технологией или самодовлеющие постмодернистские течения «антидизайна» в проектировании мебели и электроники.

В экологическом дизайн-образовании эти тенденции должны быть радикально пересмотрены с прогрессивной точки зрения. На мой взгляд, все дизайнерское образование должно базироваться на экологической методологии и концепциях. Под этим подразумевается научно обоснованное включение в программу подготовки дизайнеров, научных и педагогических кадров в области дизайна таких предметов, как биология, антропология, география культуры, этика и прочих смежных дисциплин. Социальная и культурная экология, так же как философия, будут составлять важнейшую часть такого обучения. Приведу несколько примеров того, как экологическое мировоззрение может изменить дизайн.

По мере того, как потребители и

дизайнеры начнут осознать, что скорый моральный износ и низкое качество продукции вызывают затраты невозможных природных ресурсов и обуславливают нехватку продукции в мировом масштабе, будет расти внимание к качеству, к увеличению возможной продолжительности срока службы изделий, разрабатываемых с применением методов дизайна. В результате стиль будущих изделий будет более «вневременным» в противовес калейдоскопу быстро сменяющихся друг друга течений и модных поветрий, наблюдаемому в конце XX века. Дизайнеры и производители будут, наконец, думать о конечных последствиях внедрения каждого нового изделия, а не только руководствоваться соображениями извлечения наибольших прибылей. Будет, наконец, осознано, что любая дизайнерская разработка всегда имеет определенные последствия в социальном и экологическом отношении. Появится глубокая озабоченность состоянием природы и пониманием ее как основной защитной и целебной силы, действующей в окружающей среде в глобальном масштабе.

В связи с этим нам необходимо налаживать международное сотрудничество в области экодизайна. Никогда ранее мир не стоял так близко перед лицом опасности глобальных природных катастроф: «дыра» в озоновом слое атмосферы над Антарктидой; токсичные отходы, которые отравляют реки, озера, питьевую и поливную воду; резкое увеличение количества малярийных комаров и мух цеце, размножающихся в 600 миллионах выброшенных на свалку автомобильных покрышках; отходы, имеющие период полураспада в 100 лет, что приводит в негодность сельскохозяйственные угодья; непроизводительное расходование невозполнимых природных ресурсов на упаковку и прочие излишества; ядерные аварии, происшедшие на атомных электростанциях в Три-Май Айленд (США) и Чернобыле (СССР), — все это и многое другое вызывает растущую обеспокоенность среди населения планеты. И эта обеспокоенность особенно высока среди всех людей творческого труда, в том числе и студентов-дизайнеров, которые хотели бы и будут приветствовать новый экологический подход в преподавании.

Поскольку большая часть экологических проблем имеет либо региональный, либо глобальный характер, экодизайн будет — по необходимости — одновременно и централизован и децентрализован. Только таким образом можно решать глобальные проблемы, не теряя в то же время и уникальные черты различных локальных культурных явлений.

Исходя из этого девизом будущего поколения станут следующие слова: «Думай глобально, действуй локально, планируй сдержанно».

ХРОНИКА

ЧССР

Вторая международная выставка «Дизайн — социалистическому обществу», организованная совместно дизайнерскими институтами Болгарии, Венгрии, ГДР, Кубы, Польши, СССР, Чехословакии, работала в течение июня в Праге и в августе — в Братиславе.

ШВЕЦИЯ

В октябре 1989 года в Иенчопинге проводятся Международные конференции и выставка по вопросам безопасности труда и охраны здоровья *Elmia Ergonomics '89*. Цель мероприятий — акцентировать внимание на важности формирования производственной среды, соответствующей эргономическим требованиям, прежде всего требованиям безопасности труда. Организаторы конференции и выставки исходят из того, что процесс формирования производственной среды, удовлетворяющей требованиям безопасности труда и сохранения здоровья, может быть эффективным лишь в том случае, если эти требования будут учтены еще на стадии проектирования оборудования и средств производства. На выставке будет экспонирован широкий ассортимент средств индивидуальной защиты, а также продемонстрированы оборудование и технические решения рабочих мест, соответствующих требованиям эргономики. Имеется в виду представить решения ряда социальных, гигиенических и психологических проблем организации труда, а также примеры оптимальной организации рабочих мест, производственной среды будущего. Предполагается, кроме того, рассмотреть вопросы стандартизации и применения рекомендаций по безопасности и гигиене труда в разных странах Европы.

ФИНЛЯНДИЯ

В Хельсинки открыт Информационный центр дизайна (*Design Forum*), который будет заниматься популяризацией финского дизайна путем проведения выставок, лекций, выпуска бюллетеней. Центр предоставляет также всем заинтересованным лицам информацию о названиях фирм-изготовителей и именах дизайнеров-проектировщиков промышленных изделий, отобранных Финским обществом ремесел и дизайна для экспозиций, организуемых Информационным центром.

Деятельность центра финансируется правительством и промышленными кругами Финляндии.

Перестройка и плакат

Политический плакат — самая элитарная, самая привилегированная область в мире графики. Область эта не только хорошо оплачиваемая (сравним ставки авторского гонорара на «плакаты политические» — 200 — 600 рублей и, например, на «плакаты рекламные» — 25 — 120 рублей), но и престижная: политический плакат — это почти высокое искусство. Это и забронированное место на любой крупной выставке. Это и почетные звания заслуженных и народных художников, которых за работу в любом другом виде плаката, не говоря уже о более низких жанрах графического дизайна, у нас еще как будто никто не удостоивался. Это и в образовании особая, оказывается, специальность. Есть кафедры «политического плаката» и кафедры всего остального мира графики, коряво именуемого «промграфикой и упаковкой»...

И что же мы видим (видели до сих пор) в результате этого искусственного выделения сверхузкой специализации, предоставления ей «режима наибольшего благоприятствования»? Вопрос, конечно, риторический — результаты у всех на виду.

Это визуальная демагогия, безудержно воспевающая мудрость вождей, единодушно одобряемую монолитно сплоченным народом, казенный оптимизм, бодрые лозунги, рапорты и призывы.

За редким исключением мы видим в нем оскорбительную для глаза примитивную стереотипность плакатных решений, настоящую кладовую штампов, низкий интеллектуальный и нравственный уровень художественного сознания, поверхностное скольжение вдоль гражданских проблем, включенность из потока профессиональной жизни, профессионального развития.

Все это могло бы извращать вкус и одурманивать сознание зрителя, если бы... зритель этот политический плакат замечал. А то ведь и цвет-то самый активный, и изображения-то всех этих знамен и эмблем, глобусов и голубей, рукопожатий и цветов самые крупномасштабные, на весь лист, а то и на два, и на три, и расклейка-то массивная, блоками и т. д. и т. п. — ан нет, выработалась у нас защитная реакция, визуальный иммунитет.

Так что на самом деле это не только никакой не плакат, но и не политический — так, некое ритуальное украшение города, игнорирующее реальную жизнь, но и само игнорируемое жизнью. И так мы к этому привыкли, что уже и не ждали никаких перемен.

И вдруг... Попадаешь на выставку и понимаешь, что такое политический плакат и как он может задеть за живое.

И даже не одна, а сразу две таких выставки — обе в Центральном Доме художника в Москве, на Крымской набережной, в июне июле этого года. Одна называлась программно — «Перестройка и мы», это выставка работ с конкурса, посвященного 70-летию ВЛКСМ. Другая не называлась почти никак — просто «Ленинградский плакат», но впечатление производила более сильное и более программное, перестроечное.

Можно было бы сказать, что выставки продемонстрировали возможность нового визуального мышления в политическом плакате, если бы у нас было старое.

Оказывается, гласность может быть не только газетно-журнальная или телевизионная, но и плакатная, визуальная. Так сказать, «изогласность» («глазность»)? Это когда неожиданные пластические и композиционные ходы будоражат не только глаз, но и душу. Например, в плакате «Партия — ум, честь и совесть нашей эпохи» А. Фалдин всего-навсего дает негативное изображение традиционного парадного плаката. И вот великая сила визуальности: в печати куда более острая проблематика уже ощущается как пройденный этап, а в плакате стоит выразить хоть небольшую часть этой правды, этой боли — и уже оторопь берет. Может, это с неприличиями.

Конечно, если бы такие плакаты мы видели на наших улицах и каждый день, а не только в выставочных залах и только приуроченные к открытию партийной конференции... Но поживем — увидим.

А пока выходишь из Центрального Дома художника на улицу и с плакатного стенда на тебя по-прежнему бодро и равнодушно смотрит пустыми глазами поразительно живучий нарумяненный муляж доброго молодца на фоне развевающегося знамени с крупной надписью: «ПЕРЕСТРОЙКА».

СЕРОВ С. И., ВНИИТЭ

1. С. ФАЛДИН, А. ФАЛДИН. «Браво!». Ленинград. Выставка «Перестройка и мы» [ПМ]



1

2

2. Ю. ЧИГИРЕВ. Белые пятна, черные дела. Выставка «Ленинградский плакат» (ЛП)



3. С. ШИБАНОВ. Чтобы завалить дело, надо его возглавить, а затем довести до абсурда. Киев. «ПМ»

3





4. С. ФАЛДИНА, А. ФАЛДИН. Перестройка и мы. «ПчМ»

5. И. РЕЗНИКОВ, С. ВАСИЛЬЕВ. Попалась. Ташкент. «ПчМ»

6. А. ФАЛДИН. Партия — ум, честь и совесть нашей эпохи. «ЛП»

7. А. СЕГАЛЬ, А. ФАЛДИН. Мера 0,5. «ЛП»

4



8

8. И. ВЕЛИХМЕТОВ. «АМАМ». Магадан. «ПчМ»

9. Г. КОВЕНЧУК. Еще опасен. «ЛП»

10. Г. РАШКОВ. Наш интернациональный долг. «ЛП»

Фото В. Д. КУЛЬКОВА

9

5



10

7



Мимо цели

В прошлом году Ленинградское производственное объединение «Луч» освоило серийный выпуск подвешного трехлампового светильника НСБ 19-3X 60-005. Некоторым специалистам и покупателям он поначалу понравился. Снабженный на манер финских и югославских так называемым лифтовым механизмом светильник имеет легко регулируемую длину подвешного шнура. Подобная сервисная функция придает традиционному изделию дополнительную потребительскую ценность, так как позволяет, изменяя расположение источников света в пространстве по высоте, уменьшать или увеличивать количество и направленность светового потока. В глазах определенного контингента покупателей, в первую очередь молодежи, возможность манипуляции со светом — это еще и реализация определенного игрового действия, создание условий в жилом интерьере, исходя из индивидуальных вкусов.

Надо сказать, что еще в прошлом веке в России во многих городских квартирах встречались керосиновые, а затем и электрические лампы с раздельными металлическими штангами телескопической конструкции. В некоторых случаях использовались системы блоков и противовесов, которые, впрочем, несколько усложняли конструкцию изделия, не снижали его функциональной надежности и удобства эксплуатации. Здесь уместно вспомнить, что высота потолков в 4—5 м тогда была редкостью — об этом наглядно свидетельствуют квартиры старинных построек.

Сегодня зарубежные фирмы широко применяют раздвижные и регулирующие механические устройства в разнообразных системах осветительного оборудования. Непосредственно лифтовыми устройствами снабжаются как специальные, рабочие светильники, так и дорогостоящие люстры парадно-декоративного назначения.

Необходимость перемещения в пространстве источника света возникает в связи с изменением потребительской ситуации и требований к характеру использования светильника. Здесь целесообразны по меньшей мере две диаметрально противоположные эстетические ситуации. Первая связана с организацией жилого интерьера по закону изменяющихся параметров декоративно-световой архитектуры: образно-художественное решение объекта достаточно ярко проявлено, и сам светильник может выступать доминантой в общей эстетической предметно-пространственной среде.

Другой вариант использования предполагает деловую, рабочую об-

становку, при которой на первый план выступают утилитарные свойства светильника. Предельная деловитость и изысканная функциональность интерьера вот характерные качества такой обстановки.

Соответственно, если в первом случае художественно-конструкторское решение изделия может быть сколь угодно «замысловатое», фантазийное, то во втором — предпочтителен более строгий и рационалистический дизайн, соответствующий по своей стилистике, к примеру, направлениям «хай-тек» или «профи».

Таким образом, именно наличие лифтового механизма в конструкции данного светильника, обладающего тремя источниками света, достаточно конкретно определяет не только границы его эксплуатации, но и возможные варианты стилистического решения, ориентированного на оптимальные для потребителя эстетические ситуации.

Проведенный анализ художественно-конструкторского решения названного выше нового светильника ЛПО «Луч» с полной очевидностью выявил потребительскую и ситуативную его безадресность, недостаточную определенность его назначения, а в эстетическом плане — стилистическую неконкретность, эклектизм формообразования. Сугубо утилитарные признаки — наличие колпаков-рефлекторов из непрозрачного материала, конструкция которых позволяет изменять направленность светового потока; пластическая жесткость формы отдельных элементов конструкции; отсутствие «привнесенного» декора или каких-либо «украшательских» дополнений — соседствуют с пластически переусложненными кронштейнами и центральной втулкой, «неделовым» цветофактурным решением, обусловленным излишним количеством цветов с доминированием желтого.

Дизайнерская экспертиза весьма невысоко оценила светильник. И нет ничего удивительного в том, что спрос на него незначительный. Первоначальная, в некотором роде иллюзорная функциональная новизна изделия наряду с эстетической незавершенностью образа обернулись для массового потребителя товарной неконкретностью. И для него остается загадкой, когда и при каких обстоятельствах следует изменять высоту положения трехлампового светильника, скажем, в среднегабаритной квартире с невысокими потолками.

Сказанное выше отнюдь не означает, что в принципе не может быть подобно изделия с универсальным назначением, пригодным для использова-



Подвесной трехламповый светильник с лифтовым механизмом. Ленинградское производственное объединение «Луч»

ния в различных бытовых потребительских ситуациях как для отдыха, так и для работы. По-видимому, пригодилась бы и такая, апробированная годами функция изменения высоты размещения источников света. Но все-таки изделие обязано иметь конкретного пользователя, и его художественно-конструкторское решение не должно быть результатом простого, механического сложения различных деталей и элементов конструкции, набором разнохарактерных стилистических атрибутов.

Сегодня разработчики лучших современных изделий культурно-бытового назначения стремятся не просто расширить ассортимент товаров определенной группы, но пытаются отразить в новом изделии целостную мини-проектную концепцию, в которой дизайнерскими средствами раскрывается соответствие характеристик этого изделия образу, стилю жизни конкретного пользователя.

А пока, к сожалению, новая разработка ЛПО «Луч» прошла мимо потребительской цели.

АНДРЕЕВ В. А., дизайнер, ЛФ ВНИИТЭ

Опубликованная в «ТЭ» № 9/86 статья «Модель опережающего образования» получила огромное количество откликов. Крайне важно при этом, что наши корреспонденты не только «на словах» поддерживают предложенную ее автором В. Ф. Сидоренко модель системы дизайнерского образования, но и рассказывают о своих попытках реализовать ее на практике. Автор настоящей статьи, преподаватель кафедры эстетики, теории и истории культуры Мордовского госуниверситета им. Н. П. Огарева, как раз и делится первыми успехами в этом направлении.

К вопросу об интеграции инженерной и дизайнерской деятельности

ЦАРЕВА А. К., искусствовед, Саранск

На основе модели «опережающего» дизайнерского образования представляется возможным создание и осуществление учебных дизайн-программ в университетах, структура которых, по существу, состоит из нескольких институтов, например педагогического, политехнического, сельскохозяйственного, строительного, экономического, медицинского и др. Это позволит расширить сферу общего дизайнерского образования, что крайне важно, ибо сегодня от каждого специалиста любой отрасли народного хозяйства требуется творческое соучастие в создании высококачественных продуктов труда, профессиональное проектное мышление, избыток идей и способность к их реализации. В этой связи особенно актуальна мысль В. Ф. Сидоренко о том, что «Университет дизайнера», предложенный им как «модель нового образовательного института», должен выполнять «функцию «наведения мостов» между различными сферами деятельности, специальностями, дисциплинами».

Параллельно с подготовкой дизайнеров-профессионалов необходимо осуществлять и общее дизайнерское образование в широком смысле. В центре его внимания должны быть вопросы интеграции инженерной и дизайнерской деятельности как в системе проектирования, так и в контексте современного промышленного производства в целом. Кроме того, дизайн является одним из наиболее мощных инструментов интеллектуального развития.

Этими положениями мы и руководствовались, вводя спецкурсы «Дизайн в электронике» (28 часов) на факультете электронной техники (ФЭТ) и «Основы художественного конструирования бытовых светильников» (60 часов) на светотехническом факультете, которые читаются соответственно на пятом и четвертом курсах. Рабочие программы спецкурсов содержат общие теоретические вопросы дизайна и эргономики, а также практические занятия с учетом будущей специальности. Например, на ФЭТ читаются лекции «Организация художественно-конструкторских работ в электронной промышленности», «Дизайн-программы в масштабе отрасли», «Зарубежный дизайн в электронной промышленности» и др. Практические занятия предусматривают выполнение заданий по фронтальной композиции, используя методы аппликационной работы: студенты разрабатывают лицевые панели приборов электронной аппаратуры, выполняют краткосрочные упражнения на творческую интуицию с целью выработки дизайнерского мышления. Предлагается как индивидуальное, так и групповое исполнение.

Полученные знания студенты исполь-

зуют в курсовом и дипломном проектировании. Так, двум выпускникам ФЭТ 1987 года в качестве дипломной работы было предложено спроектировать класс психофункциональной диагностики для профилактория университета. Задание по дизайну и эргономике включало разработку нескольких вариантов конструкции столов для преподавателя и испытуемых с учетом эргономических требований; размещения на них дисплеев, мониторов, пультов ввода информации; вариантов расположения клавиатуры на этих пультах; общей планировки посадочных мест, а также цветовое решение интерьера с учетом требований технической эстетики.

На светотехническом факультете практические задания включают работу студентов над формой бытовых осветительных приборов. Главное здесь — воображение и фантазия, причем на данном этапе принцип «что делать» должен преобладать над принципом «как сделать». Надо сказать, студенты работают с огромным желанием, и большинство предлагают интересные идеи люстр, бра, настольных ламп. Кроме того, в этом учебном году курсовая работа по предмету «Расчет и конструирование световых приборов» дополнена разделом «Художественно-конструкторский анализ светильников». Мы считаем это крайне важным, ибо научившись анализировать совокупность социальных, функциональных, экономических, конструкторско-технологических, эстетических и эргономических показателей качества, будущий инженер почувствует, как важна интеграция гуманитарных, технических, общественных и естественных наук не только в процессе проектирования промышленных изделий, но и в создании предметной среды в целом.

Сегодня поставлен вопрос о включении разделов дизайна в программы средних общеобразовательных школ, изучения основ дизайна в профессионально-технических училищах, а также о возобновлении, начиная с 1988/89 учебного года, преподавания основ художественного конструирования на инженерно-конструкторских факультетах. Это значит, что необходимо определить основные этапы в решении проблемы общего дизайнерского образования, широкого внедрения дизайна в учебно-воспитательный процесс на всех уровнях.

Опыт преподавания курса «Основы художественного конструирования» и названных выше спецкурсов позволяет сформулировать главные задачи: — целесообразно введение курса «Основы художественного конструирования» для всех без исключения технических специальностей, а также на эко-

номических (хотя бы чисто лекционно-го) и педагогических факультетах (обязательно с практическими занятиями); — во всех крупных вузах должны быть кафедры художественного конструирования с дизайн-лабораториями, имеющими материально-техническую и методическую базы для разработки и осуществления учебных дизайн-программ;

— состав дизайн-бюро надо формировать из студентов различных специальностей с привлечением специалистов из КБ и Бюро технической эстетики местных промышленных предприятий; — на курс «Основы художественного конструирования» с практическими и лабораторными занятиями необходимо выделять не менее 60—80 часов, а для чисто лекционного — 28 часов; — видом отчетности должен быть экзамен.

Решение этих задач зависит от недавно образованного Государственного комитета СССР по народному образованию. Курс «Основы художественного конструирования», находящийся на стыке гуманитарного и технического знания, призван действительно помочь осуществлению поставленных партией и правительством задач по достижению высших мировых показателей технического уровня, качества и конкурентоспособности промышленной продукции, а также совершенствованию объектов жилой, производственной и социально-культурной сферы. Поэтому к постановке курса необходимо подойти чрезвычайно серьезно, с государственных позиций, чтобы не повторилась ситуация 1983 года, когда решением Минвуза СССР его исключили из учебных планов «из-за малого количества часов», чем была перечеркнута огромная работа специалистов и энтузиастов многих вузов страны, которую теперь нужно начинать сначала.

В заключение хочется сказать, что нужна единая программа по курсу «Основы художественного конструирования» и что для ее составления необходимо срочно создать специальную комиссию, так как учебные планы в вузах на 1988/89 учебный год формируются и утверждаются уже сейчас, а, как известно, в утвержденный учебный план трудно внести какие-либо изменения или дополнения. Заботу об издании учебника и соответствующих учебных пособий, проведение методических семинаров и курсов повышения квалификации для преподавателей, ведущих дисциплину «Основы художественного конструирования», должен, на наш взгляд, взять на себя ВНИИТЭ.

Прошел лишь один год со времени возникновения идеи о совместной работе советских и американских дизайнеров над развитием ассортимента молодежной одежды. Напомним читателям, что Союз дизайнеров СССР и фирма Owen-Breslyn провели за это время совместный проектный семинар в Тбилиси под девизом «Дизайн за мир», «Неделю американской моды в Москве» и ответный показ советских именных коллекций моделей в Далласе. И вот в июне этого года состоялся второй проектный семинар.

На этот раз — в Дентоне

УДК 016(47)(73):061.3(73)

АНДРЕЕВА И. А., гл. искусствовед ОДМО, секретарь правления СД СССР

Эти мероприятия отнюдь не были лишь рекламными. Параллельно шла напряженная практическая разработка моделей по эскизам, созданным в Тбилиси под девизом «Дизайн за мир». Советские дизайнеры в своих домах моделей создали разнообразный ассортимент молодежной одежды для осени-зимы 1988—1989 годов, и на оптовых ярмарках в СССР летом этого года многие предприятия успешно представляли эти модели и получили на них заказы торговых организаций. Собственно, это было и остается главной целью, которую поставил себе Союз дизайнеров, начиная эту работу.

Дентон — университетский городок в 60-ти милях от Далласа в штате Техас (США). Поскольку Университет Северного Техаса, расположенный здесь, несколько лет назад открыл отделение дизайна одежды и маркетинга, вполне

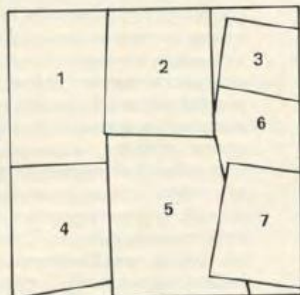
естественно, что фирма Owen-Breslyn выбрала студенческий городок местом работы второго совместного американско-советского семинара по проектированию молодежной одежды на лето 1989 года.

Работа проходила в просторной учебной мастерской университета с большими столами для раскроя, швейными машинами современного универсального типа, с удобными подвесными мягкими манекенами.

Советские дизайнеры отправились в Дентон с большими чемоданами, в которых они везли модели из коллекции «Дизайн за мир» (итоги первого семинара). Теперь дизайнеров было не десять, а одиннадцать. В число участников помимо прежней «команды» был включен Алексей Корешков — секретарь правления Союза дизайнеров Украины, художественный руководитель Киев-

ского республиканского дома моделей трикотажных изделий. В марте этого года он представил свою коллекцию в Далласском Маркет-центре, и его модели молодежно-спортивного стиля получили очень широкий и доброжелательный отклик в американской прессе. В советскую группу также вошла художественный руководитель ВЦАМлегпрома Надежда Федоскина.

В американской «команде» участвовали лишь трое из тбилисского состава: Лиа Саллен, уже имеющая свое небольшое дело в городе Сан-Антонио (штат Техас), Филипп Огльсби, также имеющий свою мастерскую в Далласе, Эдвард Аллен, работающий в Далласском Маркет-центре. Остальные — недавние выпускники университета и училищ: Николь Петцель, Фрэн Баттиста, Кристофер Ма, Магали Джуэлл, Митра Рахаби, Мишель Малиа, Селена



1 Магали ДЖУЭЛЛ. пляжный ансамбль

2 Лариса ДЫМИНСКАЯ Селена МОРНИНГ Ансамбли для пляжа, для отдыха

3 Елена РУМЯНЦЕВА, Эдвард АЛЛЕН Костюм для пляжа

4 Надежда ФЕДОСКИНА, Мишель МАЛИА. Пляжные ансамбли

5 Ирина КОЗЛОВА, Филипп ОГЛСБИ. Летний ансамбль: трикотажный комбинезон и нейлоновая куртка

6 Митра РАХАБИ. Комплекты летней одежды для отдыха в городе

7 Алексей КОРЕШКОВ. Летний комплект для отдыха



Морнинг. Последние трое уже имеют опыт работы для крупных фирм, и им предсказывают блестящее будущее.

Как и в прошлом году, дизайнеры разделились на пары по собственному выбору. И, конечно, первые 2—3 дня шла «притирка». Нужно еще сказать, что наш перелет через океан с изменением времени на 7 часов, конечно, требовал адаптации. Это было нелегко, если учесть, что температура воздуха была все время 30—35°. Вот когда стало понятно, почему американцы целыми днями пьют соки и разные напитки, набивая огромные стаканы доверху льдом. Лед с грохотом сыплется из автоматов повсюду — в столовых, в учебных корпусах, в общежитиях; в помещениях всюду работают кондиционеры.

Началась работа, и тут стало ясно, что мы как-то однобоко занимаемся летним ассортиментом. Купальники, например, не представляют для наших дизайнеров постоянного объекта внимания — их шьют на фабриках, швейных и трикотажных, по примитивным, давно известным формам: цельные или «бикини», из ситца или эластиковых трикотажных полотен. В Америке же купальники едва ли не гвоздь сезона. В них даже просто ходят по улице (видели своими глазами), не говоря уж о том, что везде и всюду есть бассейны — в гостиницах, в студенческих общежитиях и в частных домах (отнюдь не только богачей, но и, например, служащих университета). На улицах и в помещениях на видных местах расставлены и развешаны объявления о расписании работы бассейнов. Понятно, что купальник здесь нужен не один раз в году во время отпуска, им пользуются

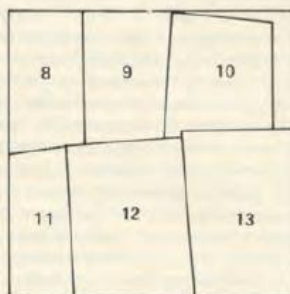
круглый год. И значит, купальники требуются едва ли не в том же количестве, что и трикотажные майки или джемперы, джинсы или куртки. Соответственно и разнообразие материалов и форм — оно бесконечно и постоянно обновляется. Могут уверенно сказать, что в этой группе летних предметов американские «мальчики и девочки» чувствовали себя гораздо увереннее наших «мэтров». Но в других группах летней одежды у наших дизайнеров нашлось что сказать. Здесь хватало и фантазии, и смелости, и точности знаний назначения и вариантов применения одежды.

Но, конечно, различия в приемах работы были. Американские дизайнеры больше ориентированы уже в самом начале работы на готовую вещь. Их эскизы очень просты (чтобы не сказать — примитивны). Изобразительно они несут характер схемы, очень точной, и требуют больших затрат и усилий воображения — больших, чем художественного исполнения. Это обратило на себя внимание еще в Тбилиси, в Дентоне мы убедились, что это — методика работы. наших дизайнеров усиленно учат графическим приемам моделирования. И многие действительно лихо рисуют. Слова «образ», «подача» имеют в оценке рисунков первостепенную важность. И почти совсем исчезло понимание того, что на листе бумаги у «образа» и «подачи» совсем другое значение и другие составляющие, чем в материализованной модели. Конечно, на то есть свои причины: и бедность материально-технической базы наших вузов, и бедность выбора материалов, и однообразие ассортимента одежды в промышленности, не менявшегося де-

сятиялетиями. Все это способствовало созданию своеобразной «школы снов» вместо практического моделирования. Ведь не секрет, что наши молодые модельеры нередко не умеют сами ни кроить, ни шить. Возмущение уступает место недоумению, когда узнаешь, что у нас есть конструкторы и технологи (I), которые тоже не умеют и не любят (I) шить.

Но вот в фантазии нашим дизайнерам никак не откажешь. Так что новая и очень большая — более 300 листов, включающих по 2—3 и по 4—6 отдельных предметов одежды, — коллекция получилась и разнообразной, и интересной.

Евгения Васильева и Ирина Селицкая (первая — модельер кожгалантереи, то есть сумок, поясов, перчаток, вторая — обуви) работали без напарников. Надо помнить, что в Тбилиси Е. Васильева сделала семь очень интересных моделей разнообразных сумок, часть которых уже принята в промышленное производство на московском предприятии, и одновременно прорабатывается возможность их выпуска в США. Там же, в Тбилиси, И. Селицкая сделала 20 моделей молодежной обуви от кокетливых полусапожек для девушек до спортивных башмаков в стиле «унисекс». Одни из этих моделей осенью выпустит экспериментальный поток ОДМО, где работает Ирина, остальные раскупили предприятия страны для выпуска у себя. В США также готовится выпуск некоторых моделей И. Селицкой. На семинаре в Дентоне Е. Васильева и И. Селицкая разработали самое большое, я бы сказала — рекордное, число моделей: соответственно 103 и 50! Кроме самостоятель-



8. Лия САЛЛЕН. Летний комплект для прогулок

9. Михаил СВЕТЛИЦКИЙ, Кристофер МА. Мужской комбинезон для пляжа

10. Евгения ВАСИЛЬЕВА. Варианты летних трансформируемых сумок

11. Татьяна ОСМЕРКИНА. Мини-юбка

12. Наталия ОРСКАЯ, Николь ПЕТ ЦЕЛЬ. Плащ-дождевик

13. Ирина СЕЛИЦКАЯ. Летние сапоги для дождя

ных предложений сюда вошли и дополнения, специально спроектированные к моделям одежды каждой пары дизайнеров.

Михаил Светлицкий работал в паре с Кристофером Ма. Они быстро поняли друг друга, несмотря на резкое различие манер графической подачи. Их коллекция в рисунках и модели, уже сшитые в Дентоне, выделяются смелостью новых предложений и интересными находками форм, пропорций, деталей. Однако эта коллекция целиком едва ли может быть выполнена без участия самих авторов — большая часть моделей требует авторской руки для точного исполнения замысла.

А вот Татьяна Осмеркина, известная советская модельер, не смогла найти общего языка с Фрэн Баттиста — молодой и неусидчивой художницей. У Т. Осмеркиной особый метод работы — она решает модели не на плоскости листа, а в объеме, пространственно. Поэтому ей труднее передавать задуманное в эскизе и легче наколкой на манекене. Тем не менее ее карандашные эскизы, лишенные привычной законченности журнальных иллюстраций, отражают самобытность творческого почерка автора. Тридцать эскизов Т. Осмеркиной, созданные в Дентоне, прекрасный результат: все они исполнены новизны и оригинальности. Автор точно знает, какие материалы ей нужны для воплощения этой коллекции.

Наталья Тютюнова-Орская в паре с Николь Петцель оказалась лидером. Ее идеи вызвали почти безоговорочную «капитуляцию» Н. Петцель и стали основой разработки предложений этой творческой пары. В итоге — 20 эскизов, лихо вырисованных, и очень интересный, остро выразительный ансамбль, сшитый к показу. Впрочем, здесь тоже есть еще проблемы. Идея введения «женских подвязок» как декоративных и функциональных деталей, естественно, требует самого точного их расположения и функционирования, ведь резиновая планка или бретель либо растягивается сама, либо стягивает скрепленные ею детали, края, участки предметов одежды. И здесь, конечно, нужно очень точное представление о законах динамики, неуловимо точно действующих в каждом случае применения таких деталей. Так что эскизы еще требуют многих уточнений на практике при создании моделей в материале.

Уверенно работали Любовь Павлова и Лиа Саллен, но, пожалуй, каждая отстаивала свой стиль и свои идеи. У Л. Павловой чуть перегруженные, но все же легкие модели. У Л. Саллен — декоративные, ироничные и... очень американские. В целом же коллекция в эскизах, так же как и их ансамбль, сшитый к показу, получилась очень веселой, декоративной и, конечно, новой. Эскизы этой пары отличаются реалистичностью, безусловной возможностью их точного воспроизведения.

Надежда Федоскина, не участвовавшая в тбилиском семинаре, сначала чувствовала себя несколько неуверенно. Ее склонность к лаконичным и всегда элегантно эскизам здесь столкнулась с преобладающим у всех участников увлечением декоративностью и озорной раскованностью в подходе к решению молодежной да еще и летней одежды. Молодая Мишель Малиа, работавшая с Н. Федоскиной, склонна была к более экстравагантным поискам.

Даже ее внешность, казалось бы, говорила об этом: хрупкая, маленькая, в круглых серебряных очках, мешковатых, коротких брючках, с густыми черными, упруго вьющимися волосами, она даже в помещении почти постоянно оставалась в соломенной шляпке-канотье. Потребовалось время для познания соавторами творческих манер друг друга. Но в итоге — очаровательные и действительно совместные комплекты, очень удачный ансамбль, сшитый ими к показу.

В парах Лариса Дыминская — Елена Морнинг и Елена Румянцова — Эдвард Аллен тоже удалось найти общие, совершенно слившиеся решения и в итоге создать единую, очень цельную коллекцию. Предложенная Л. Дыминской тема хохломской декоративной системы вполне совпала с веселым характером (в жизни и в творчестве) чернойкожей Селены, тоненькой, как школьница, с удивительными зелеными глазами. Ее встречные предложения были своеобразными и очень интересными.

Е. Румянцова, как и в Тбилиси, работала с Э. Алленом и, наконец, это обеспечило полное взаимопонимание. Морская тематика в их коллекции (традиционная в решении летнего ассортимента) получила новую интерпретацию. Кроме того, Е. Румянцова предложила использовать советскую морскую символику, а это в вероятной моде сейчас в Америке, как, впрочем, и в Европе.

Ирина Козлова, тоже как и в Тбилиси, работала с Филиппом Огльби над одеждой для юношей. В творческом подходе этой пары известная сухость и схематизм, присущие манере И. Козловой, дополняются свободными, мягко объемными, лишенными скованности традицией предложениями американца. Их коллекция отличается точно выбранным и нешироким диапазоном возраста юношей-адресатов: от 16 до 20 лет. Как и у других пар, в их коллекции акцент сделан на декоративность, которая достигается орнаментацией, сочетаниями различных по фактуре и цвету тканей. Ансамбль, сшитый к показу, вызвал восторги остроумной вариативностью формы плаща, меняющего объемы по прихоти или необходимости, возникшей у владельца.

Очень сильной была группа, включавшая Алексея Корешкова, Митру Рахаби и Магали Джуэлл. Все имели свои идеи и, четко представляли пути их воплощения. Здесь каждый работал над своей темой, по мере надобности советуясь с коллегами. А. Корешков сделал эскизы «агитационных» маек (больших, свободных, с надписями в стиле советских агитплакатов 20-х годов) и интересные, очень острые варианты комплектов трикотажной одежды для лета. Он работал в чистой черно-белой графике, лишь изредка пользуясь красным цветом. Его коллеги (оба), наоборот, активно пользовались цветными фломастерами, плотно заливая плоскости силуэта, очертания деталей, рисунки орнаментальных отделок, иногда раскрашивали и фигуры. У всех трех получились интересные и своеобразные коллекции, но единой, конечно, не возникло. Это несколько не снижает значения результатов работы этой тройки. Они обогатили своими очень новыми предложениями разнообразный ассортимент молодежной одежды для лета 1989 года.

В последний день работы семинара коллекция «Дизайн за мир» была представлена в большом и престижном концертном зале в Далласе, где собралось около 600 заинтересованных представителей деловых кругов и прессы. Показ прошел с большим успехом, чему, надо отдать должное, несомненно способствовали не только качество и новизна идей показанных моделей, но и высокий профессионализм и артистичность американских манекенщиц фирмы Ким Доусон и, конечно, прекрасная постановка показа, осуществленная Майклом Оуэном и Томми Бреслином. После поздравлений и комплиментов дизайнеры и зрители были приглашены на официальный прием, устроенный в зале ресторана на 50-м этаже знаменитой далласской башни, увенчанной светящимся вращающимся шаром. Оказалось, что внутри шара расположен медленно вращающийся ресторан, как наш останкинский, что позволяет обозревать залитый в ночное время морем огней Даллас. Это было прощание — на утро мы улетали в Москву.

Пребывание советских дизайнеров в Дентоне предусматривало, конечно, не только одну работу. Были официальные приемы, устроенные мэром г. Дентона, ректором Университета Северного Техаса, рядом крупных промышленных компаний и фирм. Дизайнерам была предоставлена возможность познакомиться с музеями, картинной галереей, научным медицинским институтом и уникальным панорамным кинотеатром с объемным изображением в г. Форт-Уорте. Нам показали «живой вестерн» — ковбойское представление и даже покатали верхом на ковбойских лошадях, пригласили в частные дома на ужин к сотрудникам университета и в яхт-клуб, где в нашу честь в течение двух недель на одной из яхт развеивался советский флаг.

Но, пожалуй, самым ярким нашим впечатлением, как для профессионалов, было знакомство с современной компьютерной системой, обеспечивающей промышленное моделирование от эскиза до изготовления лекал по беспрепятственному циклу. Кстати, в Университете Северного Техаса студентов обучают работе на этих системах. В летнее время на компьютерах обучаются группы дизайнеров, повышающих свою квалификацию. Последние достижения в этой области открывают поистине безграничные возможности для создания разнообразия в ассортименте промышленных изделий всех предметов костюма. Конечно, компьютер не родит идеи, но сложную и тяжелую работу по их реализации в производстве неизмеримо облегчает и позволяет в самые кратчайшие сроки выверить и выбрать оптимальные варианты. Остается только надеяться, что в нашей практике такие системы все-таки появятся в ближайшее время.

Замечательным воспоминанием останется у нас и оказание нам гостеприимство и доброжелательность всех американцев, с которыми мы встречались, их неизменный интерес к нашей жизни и стране, их надежды на мир и сотрудничество с СССР.

А работа продолжается: создаются модели для коллекции «Дизайн за мир» по эскизам, сделанным в Дентоне. Есть все основания ожидать интересных результатов и появления новой молодежной одежды на прилавках наших магазинов.

УДК 745.023:667.657.1+620.22

Эталонирование декоративных свойств материалов

Создание ассортимента декоративных материалов, отвечающих запросам потребителей, не стало еще единым управляемым процессом: ассортимент складывается стихийно, по воле и разумению промышленных предприятий или различных ведомственных ХТС. Необходима научно обоснованная система формирования перспективного ассортимента материалов, опирающаяся на взаимодействие дизайнеров и технологов.

КРЕСТНИКОВ В. А., инженер, ВНИИТЭ

Любое физическое тело является носителем декоративных свойств, и от того, как мы их воспринимаем, зависит его эстетическое воздействие на наше сознание. Однако оценка качества декоративных свойств материалов затрудняется тем, что на результат влияют и такие факторы, как профессиональная подготовленность, эстетическое и культурное воспитание эксперта, условия, в которых проводится экспертиза, и ряд других объективных и субъективных факторов. Поэтому в процессе изучения эстетических характеристик декоративно-конструкционных, декоративно-защитных и отделочных материалов приходится прибегать и к таким методам оценки, как измерительный, расчетный, социологический, органолептический, комбинированный и т. д.

К сожалению, до сих пор оценка качества свойств декоративных материалов отдана на откуп членам ведомственных художественно-технических советов (ХТС) или группам других специалистов, которые и решают их судьбу. Влияют здесь и качество сырья, и мнение заказчика, и даже должностные авторитеты. То есть налицо множество субъективных факторов, и... почти полное отсутствие научных обоснований.

Не секрет, что в производстве декоративных материалов сложилась ситуация, когда отдельные промышленные предприятия диктуют ассортиментную политику всей отрасли, формируя ее на основе разовых заказов, имеющейся технологии, сырьевой базы, а головные институты, ответственные за ассортиментную политику отрасли, лишь фиксируют этот факт, то есть выступают в роли статистов. Так, Министерство химической промышленности СССР не располагает долгосрочной научно обоснованной программой формирования цветового ассортимента лакокрасочных материалов; в Министерстве промышленности строительных материалов СССР отсутствует структура эстетизации продукции на всех стадиях; в НПО «Полимербыт», отвечающем за выпуск изделий из пластмасс, требования к декоративным свойствам подменяют требованиями к внешнему виду и качеству исполнения. В Министерстве легкой промышленности СССР нет единой системы наименований эстетических характеристик тканей, искусственных кож, покрытий и отделочных материалов и т. д. и т. д. Все это приводит к стихийному и неуправляемому формиро-

ванию текущего ассортимента декоративных материалов.

С другой стороны, союзные министерства-заказчики (Минпромсвязь, Минэлектропром, Минприбор, Минмаш, Минавтопром), а также республиканские министерства-заказчики испытывают постоянные трудности с заявками на разработку новых декоративных материалов с необходимыми им эстетическими характеристиками. В результате обоюдной беспомощности — полное отсутствие приборных эмалей, отвечающих эстетическим и эргономическим характеристикам, эстетическая дисгармония в ассортименте тканей, ниток, фурнитуры, пластмассовой и металлической бижутерии в легкой промышленности, десятилетиями сложившийся стереотип «деревянного ящика» в телевизионной технике, беднейший ассортимент материалов, применяемых для внутренней отделки средств транспорта — от современных авиалайнеров до детских колясок.

Для решения проблемы декоративных материалов, отвечающих современным эстетическим требованиям сегодняшнего и завтрашнего дня, необходимо осуществить, как записано в постановлении СМ СССР «О мерах по дальнейшему развитию дизайна...», до 1990 года переход на комплексные методы проектирования объектов и конструирования промышленной продукции, организовать разработку отраслевых и межотраслевых дизайн-программ, способствующих созданию наиболее совершенного оборудования и других изделий, формированию рационального ассортимента товаров народного потребления. Одним из направлений, способствующих этому переходу, является всеобщее эталонирование декоративных материалов.

Обращаясь к энциклопедическому толкованию понятия «эталон», мы находим следующее определение: эталон — образец, мерило, идеальный или установленный тип чего-либо (БСЭ, т. 30, с. 288). Следовательно, в эталоне декоративных свойств материала воплощается идеальный инструмент, который и является мерилом гармоничного сочетания декоративных свойств данного материала.

К декоративным свойствам материалов относят цвет, рисунок, текстуру, фактуру и блеск. Отделочный материал может являться носителем всех декоративных свойств или отдельного, наиболее предпочтительного. Сочетание и комбинации предпочтительных свойств в большинстве случаев

не позволяют нормировать отдельно каждый показатель — они взаимосвязаны и воспринимаются неразрывно, в комплексе. Для оценки комплексного показателя декоративных свойств поверхности пользуются визуальным и тактильным методами сравнения с образцом — эталоном.

С помощью эталона можно определить, соответствует или не соответствует образец материала образцу эталону цвета, рисунка, фактуры, блеска, текстуры. Для более объективной оценки могут быть привлечены инструментальные методы измерения, позволяющие, например, замерить координаты цвета или величину микро- и макронеровностей поверхности, измерить индикетрисы рассеяния отраженного потока света от поверхности или относительную величину блеска и сопоставить их с величиной микро- и макронеровностей. И тем не менее окончательное решение принимается экспертом путем сравнения с эталонным образцом, по которому определяют идентичность декоративных свойств продукции. Этот метод широко используется в промышленности при изготовлении как товаров народного потребления, так и декоративно-отделочных материалов. Керамические плитки и линолеумы, обои и ковры, синтетические пленки и ткани, строительные панели и фарфоро-фаянсовые изделия, лакокрасочные материалы и пластмасса — все это и многое другое выпускается по образцам-эталонам. В результате оценивается уровень качества выпускаемой продукции. При этом должны быть определены критерии оценки. Здесь мы и сталкиваемся с различным пониманием термина «эталонирование».

Для руководителей как отдельных отраслей, так и ряда промышленных предприятий это понятие порой ограничивается тем, что необходимо только установить порядок согласования и утверждения образца-эталона выпускаемой продукции. В результате заказчик и потребитель стоят перед фактом: принимается решение выпустить материал согласно утвержденному образцу-эталону, где предусматривается и цвет, и фактура, и текстура, и рисунок. Если материал не удовлетворяет заказчика и потребителя, то начинаются ссылки на низкое качество сырья, устаревшее оборудование, нехватку кадров и т. д., и т. п. Так создается порочный круг: промышленность предлагает то, что есть, художественно-технический совет обсуж-

Дизайн изделий и технологические новации

Product design and technological innovation. Ed. by R. Roy and D. Wild. Open University Press, England. 1986. 322 p., ill., schemes and tables.

Издательством Open University Press (Великобритания) выпущена книга, представляющая собой сборник журнальных статей и текстов из книг, посвященных указанной проблеме. Редакторами книги являются Р. Рой, преподаватель по курсу «Дизайн», и Д. Уайлд, преподаватель по курсу «Технология» в Открытом университете.

Длительное время считалось, что лишь технологические новации имеют наиболее важное значение для экономического и социального благосостояния не только отдельной фирмы, но и всей страны. Недавно приоритеты сместились: было признано, что дизайн изделий также является критическим фактором для конкуренции на международном рынке, и в данной книге он рассматривается как существенно значимая часть всего процесса технологического обновления. Объединяя материалы из разных источников, книга впервые сводит вместе идеи проектировщиков, дизайнеров, технологов, политиков, экономистов, ученых. Составляет она из шести основных разделов.

В первом разделе показано практическое значение правильного понимания процесса и сути дизайна и технологического обновления и выявлена взаимосвязь этих видов деятельности. Каждый из следующих четырех разделов посвящен одному из «субъектов», влияющих на процесс дизайна и технологического обновления: в разделе 2 — это творческий индивид в качестве изобретателя (дизайнера), предпринимателя; в разделе 3 — изобретательско-новаторские организации в частном и общественном секторе, в разделе 4 — рынок и потребители, влияющие на появление и распространение новаций, и, наконец, инициативы центральных и местных властей, направленные на содействие развитию дизайна и внедрение технологических новшеств. В последней части книги (раздел 6) обсуждаются итоги прошлых лет и намечаются перспективные направления проектной эволюции и технологических изменений, делаются попытки определения альтернатив современным доминирующим схемам дизайна.

В общем введении к книге, написанном Р. Роем, основное внимание уделяется возрастающему экономическому значению дизайна и технологических новаций для промышленности Великобритании.

В разделе 2 (где также есть вводимое эссе Р. Роя) три первые главы написаны разными авторами. Посвящены они вопросам терминологии, социальным аспектам технологического обновления промышленности, предпосылкам возникновения изобретений и новшеств, классическим теориям появления нова-

дает и в конечном итоге соглашается с тем, «что дают», и руководство утверждает. Что касается потребителя, то он и вовсе не имеет выбора. А дизайнер только разводит руками при виде своего детища, воплощенного в материале.

С точки зрения научного подхода к работе предприятий в новых условиях хозяйствования такой путь абсолютно неприемлем.

Эталонирование должно стать на путь прогнозирования, на путь формирования текущего и, в большей степени, перспективного ассортимента выпускаемой продукции, на путь скорейшего удовлетворения требований потребителя. И возглавить эту работу обязаны дизайнеры отраслей.

В названном выше постановлении перед союзными министерствами и ведомствами и Советами министров союзных республик поставлена задача обеспечить широкомасштабное применение методов дизайна при создании всех видов промышленной продукции и оборудования, используемого для объектов жилой, производственной и социально-культурной сфер. Из этого следует, что художественно-конструкторские подразделения головных предприятий, отвечающие за выпуск декоративных материалов, являются ответственными за ассортиментную политику и качество материалов.

Чтобы обеспечить разработку новых изделий на уровне высших мировых достижений дизайна, головные институты обязаны проводить исследования по формированию текущего и перспективного ассортимента декоративных материалов в рамках комплексных колористических программ. Эти программы должны сформировать концепцию развития отраслей по выпуску декоративных материалов и предусмотреть основные этапы формирования перспективного ассортимента, которые включают в себя разработку рекомендаций и проектов образцов материала с улучшенными декоративными свойствами, воспроизведение их в материале и последующее формирование каталогов, альбомов, картотек. В результате формируется перспективный ассортимент декоративных материалов, а проекты образцов — эталонов цвета, фактуры, текстуры и рисунков ложатся в основу будущих образцов — эталонов материала.

В данной ситуации на дизайнерские службы головных предприятий, отвечающих за уровень качества декоративных материалов, возлагается ответственность за идеологию и техническую политику отрасли в этой области. Только тогда перспективный ассортимент, получив положительное заключение экспертизы, выносится на обсуждение художественно-технического совета отрасли, а затем утверждается у руководства. Далее, по заданию головного института предприятия-изготовители приступают к созданию об-

разцов — эталонов материалов в соответствии с проектами и требованиями действующей и проектной нормативно-технической документации.

Разработанные и воспроизведенные в материале образцы-эталонные предназначены для сравнения опытной, серийной и массовой продукции в целях оценки ее качества по художественно-колористическим показателям. В нормативно-технической документации на материал заносятся показатели декоративных свойств, соответствующие образцу-эталоно.

На основании образцов-эталонных создаются каталоги, альбомы, картотеки текущего и перспективного ассортимента выпускаемой продукции, которые тиражируются и продаются всем заинтересованным заказчикам.

Фирмы, выпускающие материал, или головное предприятие отрасли, выходя на рынок спроса и предложения, рекламируют свою продукцию с помощью образцов-эталонных, каталогов, рекламных проспектов, альбомов и, получая информацию от потребителя, формируют текущий ассортимент, а на его основе и план выпуска декоративного материала под конкретного заказчика в нужном ему объеме и в установленные сроки.

Заказчики на основании постоянно растущих требований к декоративным свойствам материалов обращаются к изготовителю с просьбой удовлетворить их запросы. Для этого у изготовителя есть два пути: один — воспользоваться текущим или перспективным ассортиментом, другой — разработать материал с повышенными декоративными свойствами согласно требованиям заказчика и включить его в перспективный ассортимент.

В первом случае заказчик и исполнитель руководствуются образцами-эталонами текущего и перспективного ассортимента, во втором — техническим заданием на разработку проекта образца декоративных свойств. Таким образом, предлагаемая схема эталонирования декоративных свойств материалов будет исходить от компетентных дизайнеров, ставить заслон продукции с низкими художественно-колористическими показателями, способствовать динамичному развитию индустрии декоративных материалов.

Получено редакцией 30.03.88

ций, сконцентрированных вокруг двух полярных позиций: детерминистической и индивидуалистической, а также проблемам успешного внедрения новаций в промышленность. В остальных трех главах данного раздела рассматриваются различные аспекты непосредственно дизайна изделий. «Изменяющийся процесс дизайна» (Н. Кросс) — это глава, в которой автор трактует дизайн в историческом плане, прослеживая путь от подсознательного творческого процесса ремесленников прошлого до особенностей современной осознанной проектной деятельности с использованием компьютерных средств проектирования и переходом от дизайна отдельных изделий к дизайну систем. В главе «Природа дизайна» автор (Д. Пай) утверждает, что дизайнерская деятельность во всех областях — это нахождение компромисса и удовлетворение многих, зачастую противоречивых требований. Дизайн, по мнению автора, это не только решение проблемы и не только искусство. Это и то и другое, вместе взятое.

Интерес представляет последняя глава этого раздела, посвященная финансовым вопросам капиталовложений в разработки новых изделий.

В разделе 3 освещаются организационные аспекты проектирования. Здесь обсуждается и сам процесс творчества, и работы отдельных изобретателей в разных областях, а также деятельность организаций, связанных с внедрением изобретений и технологических новаций. Рассматриваются стратегии фирм в этой области («наступательная», «оборонительная», «подражательная», «зависимая», «традиционная» и «оппортунистическая»). Одна из глав посвящена японскому менеджменту.

Основной темой следующего раздела является маркетинг. Ряд авторов подвергают жесткой критике концепцию маркетинга, владевшую умами многих людей в течение почти 30 лет, как стимула деловой активности и появления новых изделий. Предполагалось, что фирмы должны проводить исследование рынка, выявлять нужды потребителей, определяя их качественно и количественно, и закладывая эти данные в концепцию нового изделия до начала его проектной разработки. Таким образом, подход к обновлению изделий как к «тяге рынка» являлся логическим завершением внедрения концепции маркетинга в разработку нового изделия.

Но многолетняя практика фирм свидетельствует совсем о другом. В действительности многие новшества (как абсолютно новые виды изделий) возникли в результате технологических прорывов, лабораторных открытий или изобретений, представления же о потребностях рынка при этом были весьма смутны. Очень часто эти «великие идеи» исходили от лиц, далеких и от рынка, и от потребителей, и от промышленности. Изобретатели, ученые, инженеры дали миру телефон, фонограф, электричество, лазер, ксерограф, транзистор и т. д. Таким образом, теперь возникает антиэтика концепции «тяги рынка» — концепция «технологического толчка». Взаимосвязь этих двух концепций — как дизайнерская дилемма — и рассматривается в одной из глав этого раздела.

В разделе 5 внимание уделяется проблемам политики национальных и местных властей Великобритании (хотя

даются некоторые примеры и в отношении США и Японии) в области технической политики и промышленной стратегии.

Начиная с XIX века правительства стали ощущать все большую необходимость участвовать в планировании, координации и контроле развития науки и техники. Традиционной политики контроля последствий развития науки и техники оказалось недостаточно, правительства стали брать на себя ответственность за содействие развитию научных исследований, за их внедрение в промышленность и технологическое обновление. Предпринимаемые действия обычно делятся на меры содействия и меры регулирования. Первые направлены на оказание помощи, в основном финансовой, различным проектам (как правило, связанным с военной промышленностью), вторые — на то, чтобы избежать нежелательных социальных и природных последствий развития технологии или хотя бы ограничить их.

Отмечается, что большую роль играют созданные и создаваемые в настоящее время в Великобритании «научные парки», объединяющие академические научные силы с силами ведущих промышленных фирм. Уже в начале 70-х годов такие «научные парки» были созданы в Кембридже, Эдинбурге и Уоррингтоне. К концу 1983 года было создано еще восемь, а в 1984 году был поставлен вопрос о создании еще 30 научных парков при содействии университетов, проектных корпораций, банков, частных фирм и правительственных органов.

Впервые термин «научный парк» был применен к промышленному парку Стэнфордского университета, основанному в южной части Сан-Франциско вскоре после окончания второй мировой войны. Сейчас он объединяет на территории, принадлежащей университету, более сотни высокоразвитых технических фирм и более тысячи других. Высказывается мнение, что такие «парки науки» сыграют положительную роль в распространении новаций и обновлении промышленности, будут иметь значение для экономического развития соответствующего региона и укрепят связи между академической наукой, проектными и научными организациями и промышленностью.

Одна из глав раздела посвящена политике в области дизайна в связи с возродившимся в Великобритании интересом к этой сфере. Чтобы интерес к дизайну не оказался преходящей модой, необходимы некоторые инициативы. Во-первых, следует уделить внимание укреплению связи разных аспектов дизайна. Так, например, дизайн изделий и дизайн их розничной продажи не могут существовать изолированно друг от друга. Прекрасное изделие может не найти сбыта, если будет продаться в старом захлапленном магазине, и наоборот, в самом роскошном магазине не будут покупать плохие изделия. Во-вторых, необходимо провести исследование, вскрывающее экономическое значение дизайна. Такие исследования начаты в Манчестерском политехническом институте, в Открытом университете и в Лондонском университете. Их результаты могут оказаться весьма ценными для «образования» деятелей «сити» и промышленности. В-третьих, Совет по дизайну должен распространить свою деятельность на все виды

дизайна, учтя критику за крен в сторону технического дизайна, преобладавший последние годы. В-четвертых, сами дизайнеры должны сделать больший акцент на своей роли и стать членами многофункциональной группы специалистов в организации заказчика, перестав быть «одиноким героем». Такой образ одинокого героя, культивируемый некоторыми дизайнерами, ведет к тому, что специалисты фирм рассматривают их как чужаков. В-пятых, правительство должно проводить более последовательную политику в области развития дизайна и не отнимать одной рукой то, что дано другой. Сейчас намечены планы создания специальной «группы стратегии» в рамках Совета по дизайну, которая и должна будет заниматься подобными вопросами.

В последнем разделе книги авторы пытаются дать ответ на два вопроса. Первый — имеется ли какая-либо модель развития спроектированных объектов и технологических новаций, и если да, то каково ее значение для стратегий обновления на фирмах и для роста экономики? Второй — всегда ли технологическое обновление — обязательно «благо» и что можно сделать, чтобы направить его в желательных для общества направлениях?

Стремясь наметить некоторые пути технологического обновления, авторы этого раздела не столько отвечают на поставленные, сколько задаются новыми дополнительными вопросами. Они рассматривают появление технологических новшеств в историческом плане в виде очень длительных циклов, говорят о переходе от радикального к эволюционному обновлению, поднимают проблемы управления технологическим обновлением, связывают это с проблемой социального и психологического воздействия на рабочую силу, а также с проблемой занятости.

В подразделе «Управление технологической» интересна глава «Преобразование вооружений», в которой говорится о необходимости разоружения и даются рекомендации по поводу того, как спланировать такое преобразование демократическим путем с тем, чтобы преобразуемые военные объекты можно было использовать в мирных целях и чтобы обслуживающий их персонал не остался без работы. Приводится таблица под девизом «Перекуем мечи на орала», в которой даны предложения о том, как использовать танки, самолеты, корабли, подводные лодки, электронику в сельском хозяйстве, строительстве, промышленности, медицине, рыболовстве, транспорте и т. п.

Раздел завершает глава «Общественно-полезный дизайн», в которой говорится, например, о предпочтительности развития в будущем общественного транспорта, о проектировании сложных систем, об использовании компьютерного проектирования.

Как видно из краткого изложения содержания, новая книга представляет интерес для широкого круга специалистов — дизайнеров, проектировщиков, экономистов, инженеров, преподавателей и студентов технических, экономических, дизайнерских вузов.

С книгой можно ознакомиться (на английском языке) в ЦНТБ ВНИИТЭ.

БУРМИСТРОВА Т. П.

Год дизайна в Японии

Всеобщий интерес продолжает вызывать японский опыт развития и использования возможностей дизайна в интересах национальной экономики и культуры, в решении жизненно важных для страны проблем настоящего и будущего. Япония приняла ряд крупных инициатив: предложила провести на своей земле уже второй раз за последние полтора десятилетия Международный форум дизайна — конгресс ИКСИД в 1989 году. Сопровождающее конгресс мероприятие — выставку дизайна — она расширяет до масштабов всемирной. И, наконец, Япония провозгласила грядущий год национальным Годом дизайна. Он продлится с апреля 1989 года по март 1990 года.

Насколько можно судить по опубликованной программе-концепции Года дизайна, речь идет не о широкоохватываемой рекламной кампании в пользу дизайна, а о глубоком пересмотре социальных функций дизайна, о выработке нового к нему подхода, существенно новых о нем представлений: из средства обеспечения высокого качества промышленной продукции и ее конкурентоспособности на мировом рынке, каковым он являлся в Японии несколько последних десятилетий, дизайн должен стать инструментом гораздо более масштабных преобразований в общественной сфере.

Цели Года дизайна формулируются как поиск нового образа жизни, новых форм производства, новых тенденций в области культуры — все это с использованием средств дизайна. На достижение этих целей будет ориентирована деятельность следующих четырех направлений.

Первое из них — это совершенствование посредством дизайна качества жизни. Дизайн, безусловно, играет в жизни современного человека важную роль, но поскольку выбор вещей и услуг в рамках возможностей индивида определяется его волеизъявлением, каждый должен быть компетентен в вопросах дизайна в той степени, чтобы выбор этот был разумным и верным. Поставлена задача углубить в ходе Года дизайна знания каждого человека о дизайне, с тем чтобы они действительно помогли ему формировать вокруг себя полноценную среду, делающую его жизнь полнокровнее и духовно осмысленнее. Вместе с тем необходимо, чтобы и правительство и промышленность осознали свою долю ответственности за то, чтобы человек получал как можно больше продуктов дизайнерского творчества, вещей и услуг для наиболее полного удовлетворения своих потребностей, действительно влияющих на повышение качества жизни.

Второе направление Года дизайна определено как активизация региональной дизайн-деятельности. Дизайн имеет множество пространственных характеристик, среди которых едва ли не важнейшие суть региональные. Именно они вносят в образ жизни множество специфических особенностей, тот местный колорит, что создает иммунитет против всеобщей унификации, основы которой заложены в рационализме индустриального производства. Большие позитивные возможности заключаются в себе в этом смысле местная промышленность и традиционные ремесла. Дизайн, в свою очередь, может способствовать их обновлению, не нанося при этом ущерба их художественным традициям. Он также может внести неоцени-

мый вклад в совершенствование жизненной среды населения регионов путем формирования сферы услуг с учетом местных условий. Значительную роль он может сыграть и в разработке региональных планов развития.

Третье направление — традиционное для дизайна, проявившееся во всех развитых странах: это повышение качества промышленной продукции. Динамизм мировой экономики побуждает сегодня японскую промышленность более чем когда-либо напрягать свои усилия в этом смысле. Год дизайна призван не только поощрить использование дизайна как общей стратегии управления производством, но и помочь отраслям промышленности, имеющим по преимуществу мелкие и средние предприятия, получить возможности для более широкого использования дизайна.

Четвертое направление программы-концепции Года дизайна — вклад Японии в международное развитие. Здесь имеется ряд сложных для страны проблем. Важнейшая из них вытекает из той роли, которую она во все больших масштабах играет на мировом рынке: это необходимость Японии приспособиться к так называемому «интернациональному стилю», к рыночным требованиям самых разных регионов, что неизбежно порождает пестроту продукции дизайна, создаваемой в стране. Отсюда возникает сформулированная программой задача: уделить в 1990-х годах усиленное внимание утверждению своей собственной национальной самобытности, что, по мнению авторов программы, невозможно без более глубокого проникновения в историю и культуру других народов. Одновременно выражается пожелание, чтобы Япония усилила разностороннюю деятельность по содействию росту развивающихся стран.

«На всем протяжении Года дизайна», — говорится в его программе, — мы будем способствовать расцвету творчества и фантазии, этим основным питающим дизайн источникам, создавая соответствующую структуру, включающую людей, организации, информацию. Необходимо также думать о построении в 1990-х годах инфраструктуры дизайна, базирующейся на результатах всего намеченного нами выше».

Основным органом, ответственным за проведение Года дизайна, стал Форум Года дизайна, который поставил в масштабе страны ряд актуальных вопросов по развитию регионов, отраслей промышленности, участию в международном сообществе и т. д., требующих решения с помощью дизайна.

Во избежание «заорганизованности» участвующих в Гode дизайна учреждений и организации будут планировать и осуществлять свою деятельность сво-



бодно, в любой избранной ими форме и в любой сфере дизайна, но в соответствии с целями Года дизайна. Организаторы Года определяют дизайн как универсальную творческую деятельность, направленную на создание второй природы — гармоничной предметной среды, удовлетворяющей материальные и духовные запросы людей. При этом принимается во внимание любая мелкая, частная область дизайна, делающая в той или иной форме вклад в формирование среды. Инициатива может принимать самые разнообразные формы: всевозможные экспозиции (ярмарки, выставки), конкурсы (связанные с региональным развитием, реконструкцией городов), форумы дизайна (семинары, симпозиумы, конференции). Главное — чтобы эти акции сочетались с современным представлением о роли дизайна и помогали плодотворно реализовывать его возможности.

В качестве членов Форума дизайна приглашены «люди с дизайнерским мышлением, обладающие большим практическим опытом в различных сферах деятельности — дизайне, экономике, социологии, технике, культуре, управлении». Форум Года дизайна взял на себя следующие функции:

- постановку различных проблем, требующих решения средствами дизайна;

- проведение серии специальных мероприятий (например, издание памятной публикации, посвященной Году дизайна);

- церемонию провозглашения Года дизайна;

- регистрацию участников Года дизайна;

- наблюдение за всеми видами деятельности в рамках Года дизайна;

- учреждение национальной премии дизайна;

- торжественное закрытие Года дизайна;

- подведение итогов Года дизайна.

Организации, намеренные принять участие в Гode дизайна, должны зарегистрироваться в Форуме, благодаря чему они получат звание «Участник Года дизайна-89» и право пользоваться соответствующей символикой. К участию в Гode дизайна приглашаются также организации, выражающие желание стать его спонсорами. Форум дизайна гарантирует им всемерную и всестороннюю поддержку.

ЧИГАРЬКОВ В.М.,
Союз дизайнеров СССР

В поисках своей темы

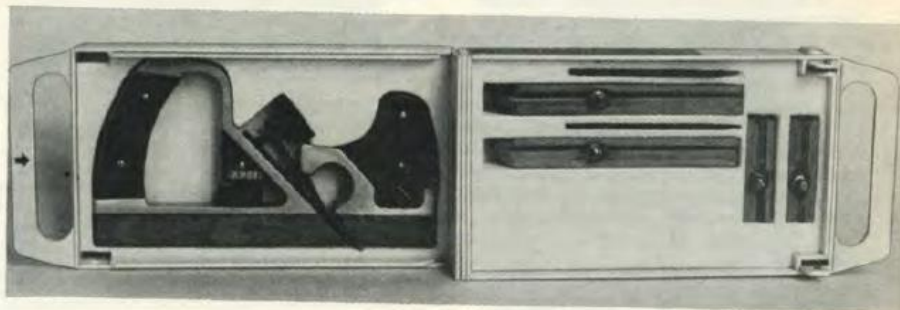
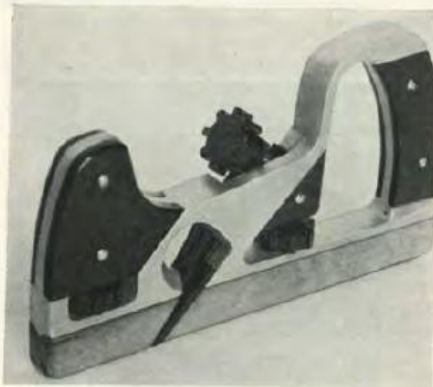
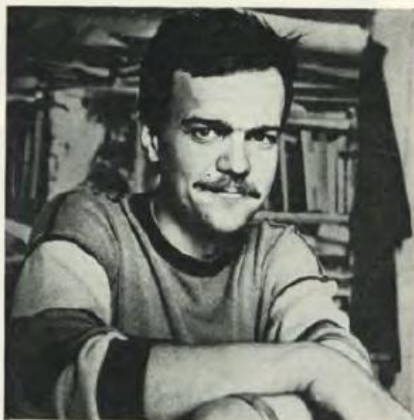
«Люблю сложные задачи». Таким коротким был ответ Валерия Быстрова, когда мы его расспрашивали о пристрастиях в дизайне, о любимых темах и объектах. Этот разговор состоялся на выставке работ свердловских дизайнеров — кандидатов в члены Союза дизайнеров, где были выставлены и его работы. И все-таки, что такое «сложная задача», например, для студента, будущего дизайнера? Об этом могут сказать уже сами темы проектов, которые выбирал Быстров, пока учился в Свердловском архитектурном: на втором курсе — пластмассовый кузов городского автомобиля, на третьем — механическая игрушка «Вертолет», на четвертом — роликовые коньки, на пятом — огнетушитель розового пользования, на дипломе — многоцелевой автотранспорт для села. По отзыву его педагогов, Быстров — «смелый проектировщик», он не только не сторонится технически сложных предметов, но видит радость и удовлетворение именно в этой области. Он научился, по словам Виктора Николаевича Плышевского, его преподавателя, «оперировать технически сложной формой как средством художественной и эстетической выразительности».

Придя после окончания института в проектную организацию, он не преминул принять участие в конкурсной разработке довольно сложного прибора, измеряющего упругость и вязкость стали. Результат? Первое место на заводском конкурсе и затем — свидетельство на промышленный образец.

При вступлении в члены Союза дизайнеров Валерий Быстров демонстрировал свою самую последнюю, выполненную в 1986—1987 годах в ПКБ местпрома Свердловского облисполкома разработку — серию ручных деревообрабатывающих инструментов. Ставилась задача создать серию новых рубанков, которые должны обладать высокой технологичностью и низкой себестоимостью, гарантировать предприятиям-изготовителям устойчивый спрос и прибыль, а покупателям, как профессионалам, так и любителям, высокий потребительский уровень.

Валерий может бесконечно долго рассказывать про то, как шла на заводе работа, как возились с каждым узлом, как испытывали образцы, делали технологическую доводку.

Взять хотя бы деревянный рубанок фальцгребель. Какие у него недостатки? Наибольший процент брака при изготовлении колодки приходится на вскрытие наклонного колодца, где имеется клин и нож. Поверхность, к которой прилегает нож, нуждается в особой обработке, а завод-изготовитель не располагает для этого специальным оборудованием. Но это — технологические трудности. Во внимание были приняты и трудности потребителя, а именно сложность точной установки ножа. Чтобы извлечь из инструмента клин и лезвие, нужно наносить удары киянкой по



тыльной стороне колодки рубанка. А это уже неудобно, это снижает надежность инструмента, уменьшает срок его службы.

Как была решена эта задача? Валерий улыбается: очень просто. Отдельно изготавливается деревянная колодка и металлическая вставка с прижимом и крепежным винтом. В колодке концевой фрезой вскрывается колодец. В колодец вставляется металлическая вставка, закрепляемая на корпусе двумя шурупами. Нож фиксируется прижимной планкой и винтом. Использование стандартной металлической вставки упрощает технологию изготовления

рубанка, позволяет выпускать широкую гамму инструмента: калевки, отборники, фальцгребели и т. д.

Головной в отрасли институт ВНИИС-МИ, вернее, его Минский филиал дал не просто положительный отзыв об этих разработках дизайнера, но отметил принципиально новые конструктивные решения, заложенные в них. Особой оригинальностью, по мнению главного конструктора филиала, отличается универсальный рубанок со сменной подошвой. Отечественных аналогов рубанка подобного исполнения нет. Рубанок состоит из металлического корпуса, накладных пластмассовых рукояток, боковых накладок, сменных лезвий, фиксируемых прижимом с винтом, и сменных подошв различного профиля. Конструкция литого корпуса такова, что позволяет применять подошвы любого профиля и ширины, даже превышающих ширину корпуса. Подошвы фиксируются на корпусе с помощью фигурного выступа и прижимного винта.

Оригинальное решение сделано дизайнером не ради оригинальничания. Он в первую очередь думал о людях, которые хотят иметь надежный, удобный инструмент. Ведь это рубанок — его должно быть приятно держать в руке, он должен быть легким в работе. У Быстрова получился именно такой инструмент. Принцип сменности позволяет иметь вместо 3—4 рубанков разного назначения, но практически одинаковых по конструкции, один корпус и почти неограниченное число сменных лезвий и профилей. Профили и корпус хранятся в компактной пластмассовой уклад-

Универсальный рубанок со сменной подошвой в рабочей упаковке

ке, удобной в переноске и транспортировке. Упаковка с корпусом, пятью сменными ножами и комплектом подошв занимает объем, равный двум рубанкам обычной конструкции.

Демонстрация одного только рубанков было достаточно для центральной приемной комиссии. Молодой дизайнер был единодушно принят в члены союза.

МОТОСРЕДСТВА ПОВЫШЕННОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

DOUER L. On veut remplacer la moto//Science et Vie. 1987 XI, N 842. P 113—119: ill.

Мотоциклы и подобные им индивидуальные транспортные средства обладают достаточно серьезными преимуществами перед автомобилями в условиях постоянно растущей интенсивности уличного и дорожного движения. Они занимают сравнительно мало места, маневренны, не требуют специальных дорожек (в отличие от велосипедов). Их широкому распространению препятствуют два основных недостатка: отсутствие защиты от холода и атмосферных осадков и отклонения машины от вертикали на поворотах. Последние затрудняют вождение, служат причиной заносов и проскальзывания колес, то есть в конечном счете существенно снижают безопасность этого вида транспорта. Кроме того, одноколейные средства передвижения, не обладающие статическим равновесием, на остановках требуют от водителя дополнительных действий, отвлекающих его внимание и создающих предпосылки повышенной утомляемости. При движении же динамическое равновесие даже при небольших виражах нарушается вследствие эффекта прецессии осей вращающихся колес. Эти и другие факторы существенно затрудняют вождение мотоцикла.

В ряде стран инженеры и дизайнеры разрабатывают различные мотомашины, обладающие улучшенными потребительскими свойствами: повышенной устойчивостью, достигаемой за счет применения трехколесной схемы, статическим равновесием, обеспечиваемым убирающимися на ходу дополнительными роликами-опорами, некоторые модели оснащаются защитным козырьком или полным кузовом и т. д.

Все приведенные ниже образцы — экспериментальные, хотя решение о серийном выпуске некоторых моделей (за исключением «Scooter Volkswagen», «Moto Crabe» и «Amorton Car») уже принято, объявлены их ориентировочная стоимость, страны-импортеры. Необходимо отметить, что, несмотря на многообразие предлагаемых решений с точки зрения конструкции, компоновки, пластика, все мотомашинки, кроме машины с электроприводом, оснащены четырехтактными двигателями, которые на данном этапе представляются более перспективными, чем двухтактные. В то же время данные разработки свидетельствуют, что ряд кардинальных вопросов проектирования новых мотосредств еще не решен, дифференциация по типам, классам и категориям только намечается. Однако многочисленность проектов, участие в их реализации крупнейших промышленных фирм свидетельствуют о перспективности транспортных средств с мотоциклетным двигателем, с характерными для мотоциклов и мотороллеров конструктивными схемами, и обладающих улучшенными потребительскими свойствами.

ШАТИН Ю. В., ВНИИТЭ



1, 2, 3

1. Мотоцикл «Quagar» (Великобритания) спроектирован в расчете на вождение в позе «полулежачий». Такое решение обусловило, во-первых, значительное понижение центра тяжести машины и, во-вторых, позволило оснастить ее капотом с защитным козырьком, который обеспечивает практически полную защиту водителя от атмосферных осадков (при движении с достаточной скоростью). В то же время пришлось внести значительные изменения в конструкцию системы рулевого управления: переднее колесо, смонтированное в горизонтальной вилке, позволяет осуществить повороты лишь на незначительный угол. Несмотря на низкое расположение центра тяжести, машина устойчива лишь на достаточно высоких скоростях, что ограничивает сферу ее применения лишь шоссейными гонками. На мотоцикле установлен четырехтактный четырехцилиндровый карбюраторный двигатель «Honda 750» (объем 748 см³), механи-

ческая 5-скоростная коробка передач, дисковые тормоза. Сухая масса машины 300 кг, длина 2,10 м, ширина 0,90 м

2. Трехколесный мотоцикл «Moto Crabe» (Франция), благодаря применению шарнирного параллелограмма (задний мост) обеспечивается необходимый наклон машины на виражах при сохранении устойчивости. На мотоцикле установлен двухцилиндровый четырехтактный двигатель «Guzzi» (объем 850 см³), передний дисковый и задние барабанные тормоза, 4-скоростная коробка передач. Передняя подвеска телескопическая, задняя пружинная (по 2 спиральных пружины на каждое колесо). Сухая масса 320 кг, длина 2,50 м, ширина 1,05 м

3. Мотомашинка «Oekotobil» (Швейцария) с полным кузовом и убирающимися роликами-опорами, которые автоматически выдвигаются по команде бортового компьютера, когда скорость



машины снижается до 7 км/ч. Двухместная машина с tandemным расположением сидений обладает достаточно высокой комфортностью, однако управление ею несколько затруднено из-за невозможности поперечных перемещений водителя на поворотах (в отличие от обычного мотоцикла). На машине установлены: четырехтактный четырехцилиндровый двигатель BMWK 100 (объем 987 см³), карданная передача, дисковые тормоза. Передняя подвеска телескопическая, задняя маятниковая пружинная. Кузов отформован из армированного пластика «кевлар». Сухая масса машины 320 кг, длина 3,75 м, ширина 1,27—1,40 м (с выдвинутыми опорами)

4. Трехколесный электромобиль «Amorlon Car» фирмы Sanyo (Япония) спроектирован и изготовлен с единственной целью — проверить эффективность солнечных батарей, служащих для зарядки аккумуляторов. Экспериментальный образец может проехать до 36 км (скорость до 24 км/ч) после 6 часов зарядки на свету. Одноместная машина весит 50 кг, при длине 2,10 м, ширине 0,92 м

5. Двухколесный мотороллер «Helix» фирмы Honda (Япония) рассчитан на посадку водителя «полулежа», благодаря низкому расположению центра тяжести машина более устойчива, чем традиционные мотоциклы и мотороллеры. Однако тело водителя находится на расстоянии всего 65 см от уровня земли (на обычных машинах — около 1 м), что снижает безопасность данного мотосредства. Кроме того, центр тяжести значительно повышается при посадке пассажира. Для большей безопасности данная модель, как и другие мотоциклы типа «FF» (от английского «Feet Forward» — «ноги вперед»), снабжена более длинной и широкой площадкой для ног, чем традиционный мотороллер. «Helix», развивающий скорость до 125 км/ч, оснащен одноцилиндровым четырехтактным двигателем (объемом 244 см³), автоматической коробкой передач, передним дисковым и задним барабанным тормозами. Сухая масса 160 кг, длина 1,70 м, ширина 0,60 м

6. Трехколесный мотомобиль «Scooter Volkswagen» (ФРГ), видимо, проектировался как средство междугородного транспорта, учитывая заявленную конструкторами максимальную скорость — 160—220 км/ч. Двухместная машина с рядом расположением сидений по своей комфортности приближается к автомобилю, однако у французских специалистов вызывает сомнения ее устойчивость на поворотах. На данном мотомобиле применен четырехтактный четырехцилиндровый двигатель (объем 1050 или 1400 см³, мощность 29 или 66 кВт), механическая 4-скоростная коробка передач. Сухая масса 550 кг, длина 3,17 м, ширина 1,49 м

100-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ ИНСТИТУТА ПРАТТА (США)

MILNER J. Forging the missing link// Design. 1987 X, N 466. P. 24—25: ill.

В конце прошлого года отметил 100-летний юбилей Институт Пратта — старейшее и наиболее известное дизайнерское учебное заведение США.

Он был основан в 1887 году американским промышленником, известным деятелем в области просвещения Чарльзом Праттом, внесшим значительный вклад в дело развития системы образования в США. Первоначально это учебное заведение создавалось как традиционное с обязательными общеобразовательными курсами, но впоследствии учебные программы были переориентированы на нужды бурно развивающейся национальной промышленности; началась подготовка специалистов новых профилей, необходимых промышленности. В 1936—1937 годах институт получил право присуждения ученых степеней (бакалавра и кандидата наук), то есть приобрел статус высшего учебного заведения, имеющего аспирантуру. В эти же годы в учебные программы был впервые введен курс промышленного дизайна, что явилось одним из первых случаев признания дизайна в качестве официальной учебной дисциплины.

Принципы дизайнерского образования были заложены в институте одним из его руководителей А. Костелловым. Осмыслив опыт Баухауса и группы де Стил и соединив его с собственными прогрессивными идеями, А. Костеллов создал курс Основ дизайна, определивший направления дизайнерского образования в Праттском институте на многие годы.

Руководство института всегда было склонно к поискам экспериментальных форм обучения, приближенных к реальным требованиям производства. Еще в 1952 году А. Костеллов создал в институте экспериментальную лабораторию дизайна, в программу деятельности которой входили тесные учебные и производственные контакты с известными промышленными фирмами General Motors, Shell Oil, Owen Corning, Monsanto. По договору с институтом фирмы обязывались направлять своих сотрудников в институт для чтения лекций и ведения практических занятий. Эти взаимовыгодные традиционные связи поддерживаются и по сей день. Помимо этого, 30—40% преподавательского состава вуза — профессиональные дизайнеры. Выпускники Института Пратта хорошо известны как у себя в стране, так и за рубежом высоким уровнем профессиональной подготовки и не становятся на работу. На начало 80-х годов Институт Пратта был признан лидером среди дизайнерских учебных заведений США по уровню профессиональной подготовки выпускников.

В наши дни в институте ежегодно обучается 3500 студентов из 46 штатов США и 67 стран.

Руководство института многое делает для популяризации достижений дизайна и внедрения их в промышлен-

ность, полагая, что именно дизайн может значительно оздоровить национальную экономику и сделать промышленность более конкурентоспособной на мировом рынке.

Для решения этой задачи при институте создан Центр по проблемам дизайна (Centre of Design Excellence), целью которого являются содействие развитию дизайнерского образования, научные исследования, сбор и анализ информации в области дизайна, в том числе в плане его связей со смежными областями знаний и с промышленностью, оказание практической помощи предприятиям в деле повышения качества их продукции. Помимо прочего, центр будет действовать как консультативный орган, разъясняющий правовые аспекты в дизайне.

МИХАЙЛОВА Е. А., ВНИИТЭ

1. Аудиосистема, включающая две наполненные колонки, наполнитель предварительный усилитель и проигрыватель на телескопической стойке
2. Компьютерная чертежная система с дисплеем, подвижной клавиатурой и чертежной доской, крепящимися на вертикальной трубе
3. Проигрыватель с предварительным усилителем



1



2



3

КОМПЬЮТЕРИЗАЦИЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ (ЯПОНИЯ)

Industrial Design. 1987 X, N 141. P. 6—10.

1, 2, 3

На фирме Sharp (Япония) получает все большее развитие компьютеризация проектных работ в дизайне. Важным аргументом в пользу САПР является рост потребительских требований к качеству продукции и дифференциация этих требований, а также перегруженность дизайнеров фирмы: при ежегодном выпуске фирмой около 2 тыс. новых изделий, в том числе модернизированных, на каждого из 200 штатных дизайнеров приходится разработка одного проекта в месяц.

В этой связи фирмой ведутся разработки САПР — систем для собственных нужд и в первую очередь для освобождения дизайнера от рутинного труда и повышения качества проектирования. В настоящее время созданы четыре системы: «синтезатор образов» (image sintezator), система «КАПГраф», система дизайн-моделирования (design simulation) и система «ПЭИДЖ».

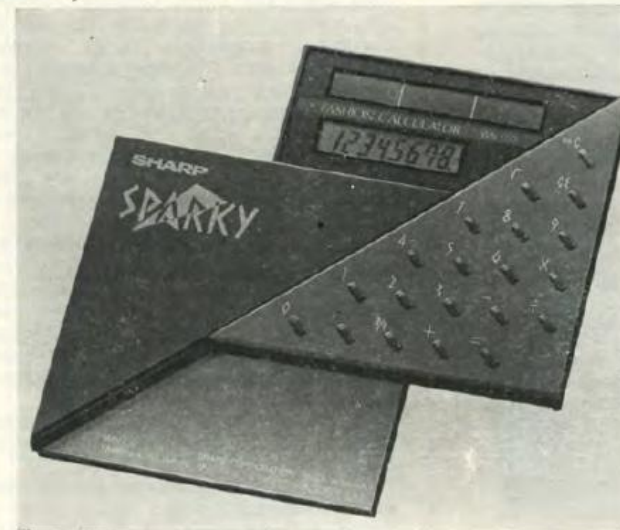
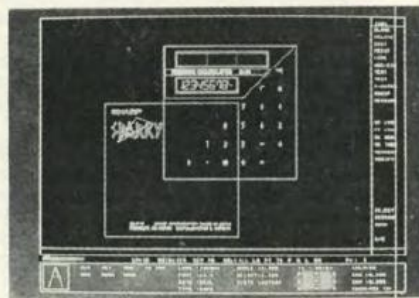
«Синтезатор образов» применяется на этапе создания эскиз-идеи. Устройством сканирования и TV-камерой считывается один раз созданный эскиз, любые изменения легко воспроизводятся на экране, в том числе выбор цветовых вариантов и фактуры (монитор одновременно воспроизводит 16 770 000 оттенков цветов), изменения масштабов и пропорций. Возможно наложение нескольких изображений, благодаря чему можно создавать любой нужный фон.

«КАПГраф» используется для создания на основе эскиз-идеи так называемого «проволочного каркаса». Передавая данные «проволочного каркаса» непосредственно макетчику, можно исключить этап создания эскизного проекта. Система содержит в памяти банк данных, включающий 2—3 тыс. функциональных знаков, символов, слов и др., обычно используемых в графических решениях бытовой электронной аппаратуры (типа «громкость», «вкл.» и пр.). Варианты их сочетаний и размещения на аппаратуре, неоднократно апробированные опытными дизайнерами, также хранятся в банке данных, образуя своеобразный «словарь знаков». Обеспечен перевод слов с японского на английский язык.

Система дизайн-моделирования позволяет создать на экране дисплея законченную модель. Система помогает «натягивать» оболочку на «проволочный каркас», обеспечивает цветовое моделирование и тем самым создает на экране модель, очень близкую к конечному продукту. В нынешней системе на ввод данных и получение одной модели требуется 5—10 минут.

Система «ПЭИДЖ» автоматизирует процесс создания стандартизованной упаковки из простых прямоугольных форм. Имея на входе размеры, наименование требуемой формы, название изделия и др., система автоматически создает оптимальный по определенным критериям проект упаковки.

Из созданных четырех систем полностью используется пока «КАПГраф».



«Синтезатор образов» и «ПЭИДЖ» введены в апреле 1987 года, полный переход на них произойдет в течение трех лет. Освоение системы дизайн-моделирования в течение трех лет будет означать переход впервые в мире к безмакетному дизайн-проектированию.

Фирма планирует большую работу по «компьютерному воспитанию» дизайнеров. Предусмотрено также создание плоских дисплеев, позволяющих получать четкое изображение всех деталей и фактуры изделий, а также более совершенных программ, которые могли бы обеспечить, в частности, изменения толщины вычерчиваемой линии в соответствии с законами перспективы, что в значительной степени снимет неприятные ощущения от «неживых», «машинных» линий постоянной толщины. Планируется создание программы, позволяющей на основе одного эскиза обеспечивать любой поворот модели и ее обзор под любым заданным углом.

ОВАКИМЯН А. С., ВНИИТЭ

1 «Визуальный макет» модного калькулятора, созданный с помощью систем дизайн-моделирования, «КАПГраф»

2. Готовое изделие на основе предыдущего макета калькулятор WN-10

3. Эскиз и цветографическое решение калькулятора, созданного системой «КАПГраф»

4. Готовое изделие на основе этого эскиза калькулятор WN-30

НОВИНКИ ЗАРУБЕЖНОЙ ТЕХНИКИ



Различные предметы обихода из керамики предлагают японские фирмы Kyocera, Toto, Ars. Преимущества: твердость, инертность, водостойкость и т. д. Используют метод спекания порошков двуокиси циркония и других под давлением. Особенно привлекают потребителя ножи и ножницы с керамическими лезвиями, которые не тупятся в течение нескольких лет. Из керамики, придавая ей различную форму и цвет, можно изготовить, например, корпуса часов, браслеты, медальоны. И отличить от золота или серебра их почти невозможно.

Science et Vie. 1987 N 842: 6 ill.

Электронную съемочную камеру-камеркордер, делающую стереоскопические снимки, предлагает фирма Toshiba (Япония). Имеются 2 объектива, установленные по расстоянию между глазами и снимающие поочередно. Производится также проецирование изображений на экране телевизора. Для рассмотрения надеваются очки, снабженные жидкими кристаллами, поочередно прозрачными то для правого, то для левого глаза. При частоте смен изображений 30 Гц утомляется зрение и мозг, поэтому для устранения утомления изображения цифровыми методами удваиваются и передаются на экран с частотой 60 Гц.

Popular Science. 1988. Vol. 232, N 1 (1). P. 56: 3 ill.

Телевизионное проецирование на большие экраны значительно усовершенствовалось за счет прогресса в областях электроники, оптики, изменения конструкции экранов, ввода светящегося вещества в электронно-лучевую трубку. Усилилась яркость изображения до такой степени, что можно не бояться даже дневного освещения помещений. Заметно улучшились четкость изображения, качество цвета, однако размеры экранов у проекционных телевизоров по диагонали не превышают 1,5 м. Ожидаются экраны размерами по диагонали 1,8 м (фирма Mitsubishi). Цены на проекционные телевизоры высокие.

Popular Science. 1988. Vol. 232, N 2 (11). P. 76—79: 4 ill.



Автомобиль для уборки улиц с двумя вращающимися торцовыми щетками выпущен в Великобритании фирмой Duncan Vehicles. Щетки могут менять свое взаимное расположение и захватывать, таким образом, полосы шириной от 1 м до 1,85 м. Это важно при объезде углов и препятствий.

Popular Science. 1986. X. P. 55: 1 ill.

Экспертиза 9-ти мини-моделей электродрелей, предназначенных для детей, приведена в журнале Test. Все модели потребляют низкое, не выше 18 В напряжение, поставляемое трансформаторами, и имеют массу от 0,15 до 0,38 кг. Одна модель (масса 0,43 кг) работает от постоянного источника тока (3,6 В). К многим моделям прилагается достаточное количество инструментов для шлифования, пиления, фрезерования.

Test. 1987 N 12. S. 92—95: 9 ill.

Новый эффективный теплоизолирующий материал «PUR» (ФРГ) применяют в холодильниках-морозильниках. Это дает выигрыш в полезных внутренних объемах и в суточном потреблении электроэнергии (0,7—0,9 кВт·ч/сутки).

Electro-Handel. 1987 N 11. S. 30—32: 1 ill.

Кратковременно действующие спасательные маски-колпаки на случай прорывов ядовитых газов и т. п. выпускаются фирмой Saber Safty (Англия). В комплекты из огнестойкой пластмассы входят баллоны с питающим сжатым воздухом на время действия (5—10 минут). Одна из областей применения — пожары в самолетах. Для персонала изготавливаются комплекты, дающие возможность подавать команды голозом, время их действия 20 минут. Popular Mechanics. 1988. Vol. 165, N 1. P. 89: 1 ill.

Хлопчатобумажные изделия, создающие ощущение тепла при низкой температуре и прохлады при высокой, обрабатываются для этого полиэтиленгликолем в процессе, изобретенном химиками Виго и Жозефом Бруно (США). Сравнительные испытания показали преимущество этих изделий перед изготовленными из обычного хлопчатобумажного материала. Кроме того, обработанные ткани меньше линяют при многократных стирках, их не нужно гладить.

Popular Science. 1988. Vol. 232, N 2 (11). P. 73—75: ill.



Стереокассетный магнитофон для велосипедов выпущен японской фирмой Gropaldas. Аппарат не боится тряски. Его можно также носить на ремне через плечо. Питание от батареек 6В.

Jej. 1987 N 10. P. 52: 2 ill.

Одежду, поглощающую пыль, генерируемую самим человеком, предлагает фирма Kanebo (Япония). Назначение — помещение с особо чистым воздухом (электроника, медицина, генная инженерия и т. п.). Эта одежда надевается под обычный белый комбинезон. Под ней при помощи малого насоса создается легкий вакуум, куда через зазоры у конечностей и у шеи непрерывно отсасывают воздух, далее эффективно фильтрующийся.

Science et Vie. 1988. I, N 844. P. 94.

Read in issue:

1

„Man-oriented project design activities” (a round-table discussion) // *Tekhnicheskaya Estetika*.— 1988.— N 10.— P. 1—5.

The round-table discussion on „Man-oriented project design activities” was one of the major events of the Second All-Union Ergonomics Conference, which took place last May in Moscow. A great number of scientists and professionals in ergonomics and related disciplines from various towns of the country took part in it. Projective ergonomics— what is it? What should it be? What trends should be considered as priorities? These important questions, raised at the round-table discussion, have not found yet a common answer, since the participants expressed sometimes principally opposed views. The range of the opinions differed from a call to use the practical activities as an auxiliary work in designing to the thesis on the necessity of formulating an ergonomic „supertask” of its own. The magazine presents various opinions of the participants.

9

GOFMAN A. B. The expansion of the „youth” style. LEVINSON A. G. The end of the „youth” style // *Tekhnicheskaya Estetika*.— 1988.— N 10.— P. 9—13.

Using an assumption, one can say that „Youth and Society” topic is one of the major sociological problems, and its urgency is great and will be of importance in the forthcoming future. Such factors as „rejuvenation” of the society, wide spreading of the so-called „youth” fashion make this problem very important for design. The articles by the above sociologists reveal the contradictory character of the „youth” notion, and present to the reader a number of complicated sociological problems from different points of view.

5

KONOPLEV V A., RIMKYTE D. E. Industrial interiors for „Rostselmash” // *Tekhnicheskaya Estetika*.— 1988.— N 10. P. 5—8: 6 ill.

As is known, colour has a special role for the architecture and interiors of industrial buildings: it is both an emotional stimulator and a factor, contributing to psychophysiological comfort and good orientation within the artifact environment. The authors consider questions of using colour in industrial environment, as exemplified by „Rostselmash”, the largest production trust on agricultural machinery in the country. The article evaluates colour schemes of various interiors and analyses the efficiency of design solutions.



25

KRESTNIKOV V A. Standardizing decorative properties of materials // *Tekhnicheskaya Estetika*.— 1988.— N 10.— P. 25—26.

The author considers a situation with the standardization of decorative properties of materials (as used by various industries), and shows the role of specimens for the formation of the colour assortment. He presents some negative examples in the work of industrial councils for art and technology and analyses some phenomena, producing contradictions between demand for and supply of the decorative materials. The article describes the designer’s point of view on the problem, and deals with a scientific approach to the problem of the formation of the advanced assortment of the decorative materials.

22

ANDREEVA I. A. This time it was in Denton // *Tekhnicheskaya Estetika*.— 1988.— N 10.— P. 22—24: 13 ill.

Only one year has passed since the idea of establishing cooperation between Soviet and American fashion designers appeared, and now we have some results of it: a joint project seminar in Tbilisi, a fashion show in Moscow, a reciprocal show of the Soviet fashion design in Dallas, and finally, the production of designs in both countries according to those developed in Tbilisi. This article describes one more seminar in Denton (USA), where 22 designers worked in pairs (an American and a Soviet designer). They produced fashion designs for the youth for summer 1989.

