

ее как подвижную, образующую собственное «пространство» систему зрительных впечатлений со своими доминантами и фоновыми построениями, в некоторой мере может быть уподоблена «архитектурной» (ее отличия — более короткий срок жизни, «пунктирность» размещения выразительных средств, примат функционального начала в образном содержании, его принципиальная «неизобразительность» и прочее — носят в данном случае непринципиальный характер).

Гораздо менее разработана третья сторона К. в д.с. — **«процессуальная композиция»** — эстетическое взаимодействие в данном пространстве принадлежащих ему форм средовой деятельности. Хотя в каждой из них есть свои эмоциональные взлеты и провалы, противоречия (в уровне комфортности, эффективности процесса и пр.), которые поддаются не только художественному осмыслению и нужной дизайнеру коррекции, но и специальной организации во времени и пространстве (сценарий последовательности действий, их длительности, расчет насыщенности техническими средствами и т.д.). Пока что этой областью средового творчества почти монопольно владеют узкие специалисты — технологи, инженеры, социологи. Но представляется, что именно здесь, на уровне нового эстетического понимания и проектирования процессов деятельности человека и общества, лежит смысловой центр будущих достижений К. в д.с. Так как изначально функция, процесс, т.е. структурное содержание *образа жизни*, определяет формы их организации, в том числе предметной и пространственной, что, конечно, несколько не умаляет собственной композиционной роли первых двух слагаемых из общей триады «пространство—предметное наполнение—процесс», которые всегда существенно видоизменяют суть и формы третьего по законам обратной связи.

Таким образом, многофакторность формирования К. в д.с., многоликость ее слагаемых, в известной мере непредсказуемость результатов (порожденная принципиальной устремленностью любого дизайнера к новизне вообще и в области функционального про-

ектирования, где этот потенциал особенно велик, в частности), а главное — внешняя «несовместимость» содержания и формы ее исходных частей — есть специфическая черта именно средовых структур.

Это обстоятельство вносит свои коррективы в традиционную технологию композиционного поиска. Появилась особая стадия проектной работы — составление *дизайн-концепции*, которая завершает углубленное изучение проектной ситуации (*предпроектный анализ*) и формулирует его выводы в виде концептуальной установки — будущего проектного решения, установки, оговаривающей принципы синтеза трех «П» в единое композиционное целое.

Следует, однако, помнить, что К. в д.с. — лишь одна из сторон формирования художественных качеств средового объекта или системы. Она как бы навязывает среде творческую волю, личное мнение автора проекта, устанавливает основные взаимоотношения функциональных и визуальных слагаемых среды, фиксируя тем самым свое понимание образного содержания объекта. Но в реальности эти представления далеко не всегда вступают в отношения полной поддержки и согласия, что требует в проекте использования особого инструмента художественной обработки средового «материала» — гармонизации форм и процессов.

КОМФОРТ — *оптимальная для самочувствия совокупность физиологических, психологических, эстетических ощущений человека, возникающих в процессе его взаимодействия с предметно-пространственной средой* или с ее отдельными элементами.

Наряду с технологическими, экономическими требованиями к объекту дизайнерского проектирования требования К. являются важнейшими при его разработке. Причем это понятие не является раз и навсегда установившейся величиной — в зависимости от экономического, технического и социального уровня развития социума, от возрастной, половой или социальной

принадлежности потребителя, его национальных традиций, от назначения объекта критерии К. могут значительно меняться.

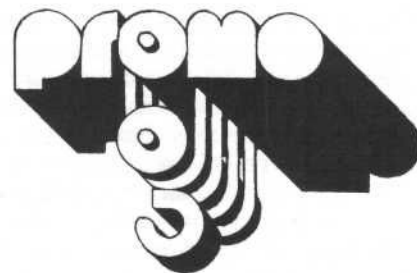
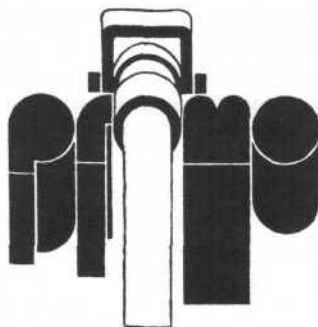
КОНТЕКСТ — *определенная в смысловом и художественном отношении средовая ситуация, в которую вписывается проектируемый объект; совокупность обстоятельств проектирования.*

Вне К. объект дизайнерского проектирования может приобретать иной смысл и значение. Например, сооружение, предмет, уместные в определенном окружении по признакам стилистической целостности, использования материалов, соответствия местным, региональным традициям, могут восприниматься явным диссонансом в случае механического их переноса в контекстуально отличную среду.

Существующий К. влияет не только на стилевую направленность, образность и размерность проектируемых объектов, но и на палитру используемых дизайнером художественных средств. Нарушение К. разрушает единство окружения, **образ среды**, что иногда сознательно используется в проектировании для достижения эффектов контраста, гротеска, пародии.

Содержание понятия К. имеет сложную структуру. С одной стороны, ее определяют «объективные» параметры среды: материально-физическая основа, пространственные показатели, природно-климатические условия и т.д., с другой — понятие К. не воспринимается вне семантики среды, ее исторической обусловленности, национальных традиций, социальной ориентации. Поэтому в практике архитектурно-дизайнерского проектирования термин «К.» часто заменяется или уточняется близкими ему выражениями: «градостроительная ситуация», «культурная среда», «масштабный строй», «стилевая направленность», «исторические предпосылки» и т.д.

ЛОГОТИП (logos — слово, typos — отпечаток) — в типографском наборе слоговые литеры. В графическом ди-



Серия логотипов фирменного стиля «ПРОМО». В. Акопов, М. Аникст, В. Дьяконов, Б. Трофимов, А. Шумилин, 1981

зайне — художественно разработанный текст, слово, сокращенное обозначение, представляющее символ фирмы, «обыгранный», трансформированный в виде инвариантов для различного использования (но сохраняющий узнаваемость).

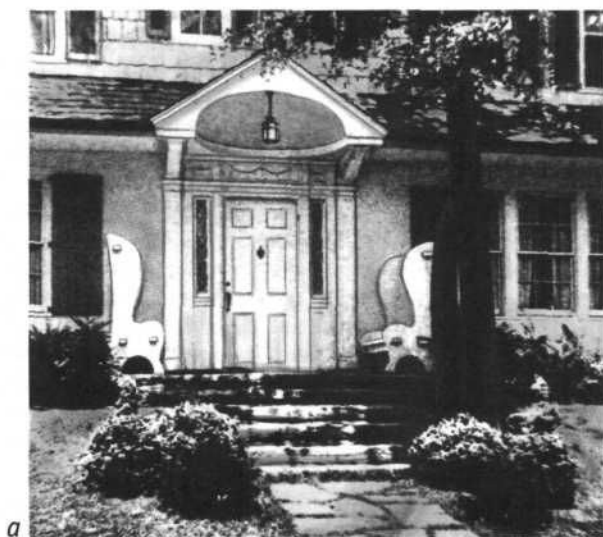
МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ — элементы наполнения среды, имеющие ярко выраженное «архитектурное» происхождение (играющие роль в организации пространства, обладающие собственным пространственным содержанием, возникшие в результате архитектурной деятельности по формированию интерьеров или открытых пространств).

К числу М.а.ф. традиционно относятся ограды, балюстрады, подпорные стенки и лестницы, фонтаны, бассейны, фонари, скамьи, урны, цветочные вазы, навесы, перголы, киоски, беседки и другие элементы среды, которые обычно составляют часть любого архитектурного ансамбля и проектируются с учетом его архитектурной структуры и стилистики. В наше время этот термин близко примыкает к понятию «средовой дизайн», так как в число М.а.ф., по сути дела, вошло множество собственно дизайнерских объектов: информационные устройства и установки, телефонные будки, выносные витрины магазинов, стационарные навесы и оборудование летних кафе, комплексы торговых

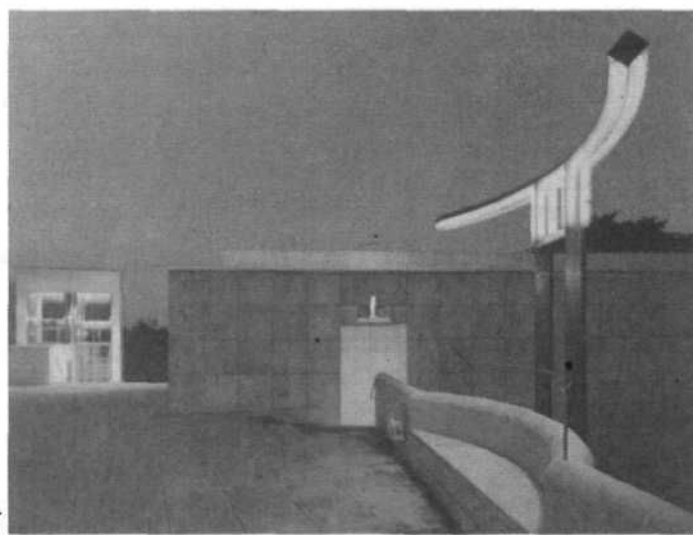
автоматов, остановки и навесы городского транспорта и др. элементы среды, участвующие в ее пространственной организации. Помимо внедрения в структуру М.а.ф. разного рода технических устройств, следует отметить также их тесную связь с ландшафтными (природными) формами среды — издавна существовавшие тесные связи М.а.ф. и ландшафтной архитектуры резко возросли с появлением новых технических возможностей ландшафтного дизайна. Активно участвуют в формировании современных М.а.ф. монументально-декоративные элементы оформления среды (скульптурные, живописные, графические), которые своим силуэтом, пластикой, цветом, рисунком — то под-

Малые архитектурные формы:

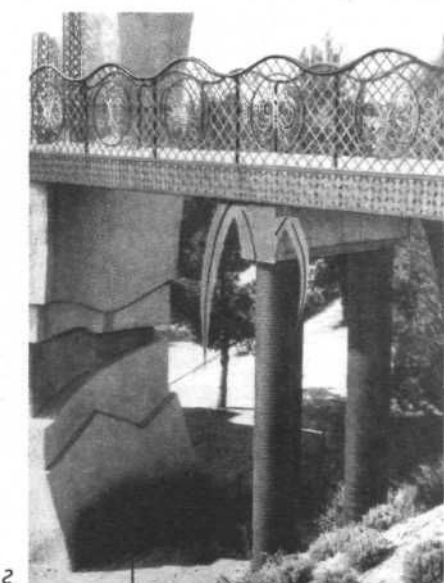
а — крыльцо английской усадьбы; б — скамья и светильник музея в Мёнхенгладбахе (Х. Холляйн); в — ограды Бульварного кольца. Москва; г — мостик в парке. Франция



а



б



между абстрактной скульптурой и беседкой, «интерьером в интерьере».

Эта свобода формотворчества, подкрепленная нетрадиционными материалами и конструкциями (трубчатые каркасы, ткани, пластики, надувные и тентовые структуры), непривычной раскраской и пластикой, делает сегодня М.а.ф. чрезвычайно мощным средством создания любого образного содержания в средовых объектах и системах самого разного характера, оттеснив во многих случаях основную функцию М.а.ф. в исторических ансамблях — развивать в приближенных к человеку масштабах стилевые характеристики «большой» архитектуры, архитектурной среды.

Именно этим объясняется большое распространение в современных ансамблях и интерьерах самостоятельных пространственных композиций из М.а.ф. (предметный интерьер), как бы не связанных с архитектурной основой, но формирующих нужные человеку «мини-пространства», изолированные уголки, обрамление которых имеет свое лицо, соответствующее их назначению и образованное данным комплексом М.а.ф.

МАСШТАБНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ

В СРЕДЕ — комплекс проектных мероприятий, обеспечивающий нужный архитектору-дизайнеру состав впечатлений о масштабе и масштабности средовой системы.

Каждой разновидности среды (рабочее место, жилое помещение, автомагистраль, парковый комплекс) обычно соответствует свой «стандартный» масштабный строй. Складывается он восприятием **масштабной шкалы** визуальных параметров средового пространства и его наполнения, порожденных утилитарными и художественными причинами возникновения облика (образа) этого вида среды.

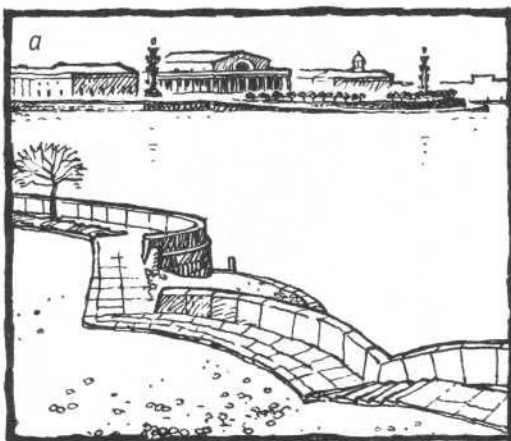
При этом полифункциональная, многокомпонентная природа средового образования одномоментно генерирует множество такого рода «шкал», принадлежащих всем относительно самостоятельным элементам среды — архитектурной основе, предметной массе, элементам оборудования и т.д. Все это создает неповторимость реального восприятия среды, где ее «объективное» место между «камерным» (интимным) и «героическим» (космическим) полюсами масштабных ощущений соотносится с личным пониманием человеком идеала масштабности.

Управлять этим процессом в дизайнерском проектировании можно либо обращаясь ко всему комплексу средств формирования масштаба в среде, либо используя масштабные возможности какого-либо из ее составляемых.

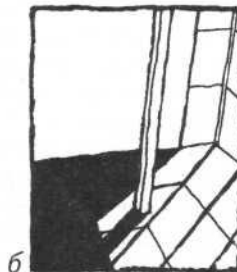
В большинстве случаев создается **масштаб** (и достигается **масштабность**) внесением нужного количества членений в элементы наполнения и обнимающего их пространства (в том числе

черкяющими, то «разрушающими» утилитарно нужные объемы и плоскости — придают совершенно необычное звучание даже самым привычным оградкам, скамьям и парапетам. Кроме того, наблюдается процесс превращения элементов бытового и технического дизайна в М.а.ф. — в интерьерах появляется гигантская «посуда», декоративные «печи», расчленяющие пространство; мебель из мобильного оборудования преобразуется в стационарные ступени амфитеатра, украшенные цветами; трубы вентиляции и отопления образуют пластические композиции — нечто среднее

А



Б



Представления о масштабе:

А — впечатление масштаба «героического» (Стрелка Васильевского острова) и «камерного» (Летний сад, С.-Петербург); Б — принцип наложения масштабных шкал (гостиная «Стеклянного дома» П. Шаро): а — общий вид; б — пространственное строение («архитектурный масштаб»); в — крупная пластика («масштаб деталей и оборудования»); г — трактовка поверхностей («масштаб фактур и декора»)

за счет продуманного размещения этих элементов). Чем меньше членений, чем реже их ритм, тем значительнее, мощнее кажется средовая система, чем их больше, тем она делается миниатюрнее. Но простота этого приема обманчива — рост числа членений, размельчая масштаб, одновременно иллюзорно увеличивает размеры объекта, а отсутствие членений делает его зрительно меньше истинной величины. Исключает появление подобных ошибок восприятия осознанное применение в средовом объекте нескольких масштабных шкал одновременно (например, «упрощенный» масштабный строй цехового интерьера активно корректируется подробной проработкой форм его оборудования, разнообразием масштабов визуальных коммуникаций и т.п.). Умелое манипулирование ими, деформация одних, затушевание других, подчеркивание третьих позволяют автору создавать в данной средовой ситуации нужный ему набор масштабных, а стало быть и художественных, ощущений.

Сегодня в средовом дизайне для формирования масштаба и масштабности характерны следующие тенденции:

- визуальная и функциональная самостоятельность предметного наполнения ведет к гипертрофированию его композиционной роли в некоторых типах среды (реклама в торговых центрах, мебель в жилом интерьере и пр.);

- те же причины породили своего рода «безмасштабность» ряда решений пространственной основы среды (зеркальные, лишенные деталей стены, отказ в архитектуре от «указателей масштаба», нарочитая сбивка масштаба в деталях и т.д.);

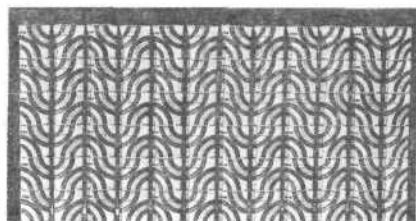
- чересчур крупный масштаб отдельных сложившихся «городских интерьеров» нарочно дробится, размельчается частым ритмом оборудования, благоустройства, вплоть до отказа от общей композиционной структуры из начальных пространственных ситуаций;

- эксплуатационная динамичность среды обуславливает необходимость периодической либо необратимой перемены ее масштабных характеристик, что учитывается или временными средствами и приемами (модернизация

оборудования, смена колористических решений и т.д.), или специальным дизайном опорных элементов среды, позволяющим трансформировать их, приспособляя к несхожим по масштабу функциям.

МАШИННАЯ (компьютерная) **ГРАФИКА** — раздел информатики, в рамках которого исследуются, разрабатываются и используются технические, программные и методические средства и приемы использования ЭВМ для создания, обработки, хранения и практического применения графических изображений; графические изображения, выполненные средствами М.г.

Основой М.г. является возможность разложения любого изображения на произвольное количество элементарных деталей, каждой из которых присваивается соответствующий цифровой код, определяющий ее координаты, цвет, яркость и другие параметры. Эти графические данные можно хранить в машинной памяти, обрабатывать в соответствии с определенной программой и выводить на устройства представления этих данных человеку: на



Графическая тема и ее использование на упаковке фирмы «Текстон». Япония

экран электронно-лучевой трубки, на бумагу, на светооптическое табло и пр. В основе создания машинных изображений лежит идея синтеза изображения из отдельных его элементов, **графических примитивов**, с помощью специальных программных устройств, называемых **графическими операторами**. К категории программных средств машинной графики относятся специально разрабатываемые комплексы обслуживающих программ ЭВМ, **графические редакторы**, предназначенные для облегчения труда специалистов, работающих с графическими данными, в том числе специалистов творческих профессий: архитекторов, художников, дизайнеров-графиков, композиторов, писателей и др.

МОБИЛЬНЫЕ СРЕДОВЫЕ ОБЪЕКТЫ — передвижные и временные средовые образования, сохраняющие свои предметно-пространственные и функциональные характеристики независимо от окружения.

К ним относятся: 1) движущиеся транспортные устройства (ж.д. вагоны, жилые трейлеры, купе корабля, интерьер космической станции и пр.); 2) передвижные устройства для стационарного использования (строительные вагончики, контейнерное жилье для вахтного освоения районов с экстремальными условиями и т.д.); 3) сборно-разборные сооружения, в том числе палаточного типа, и надувные (склады, цеха, спортзалы и пр.).

Следует отметить, что к М.с.о. практически всегда принадлежат сравнительно небольшие фрагменты узко специализированных видов среды, резко противопоставленные стабильному многофункциональному неподвижному окружению. Другая особенность М.с.о. — это чаще всего интерьеры (исключение — палуба крупного пассажирского лайнера и т.п.).

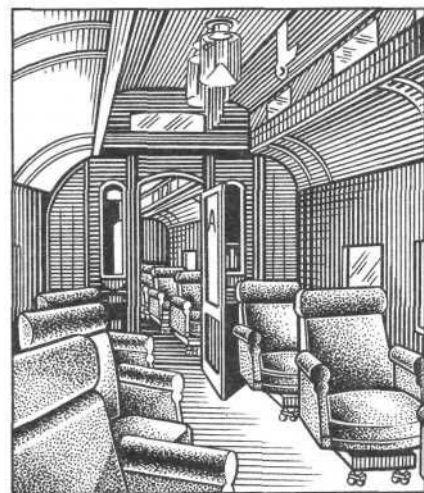
Характерной чертой всех форм М.с.о. является обязательное совместное проектирование и реализация конструктивно-пространственных решений и элементов оборудования и наполнения, высокая степень жесткости, однозначности этих решений (отсутствие пространственных резервов,

совмещение ограждений и оборудования, невозможность существенной адаптации к личным вкусам и т.д.), особенно в массовой продукции.

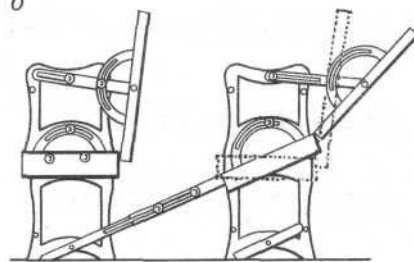
Как правило, М.с.о. предназначены для непродолжительного пребывания потребителя — пассажира, сезонного работника и т.д. — и не рас-



а



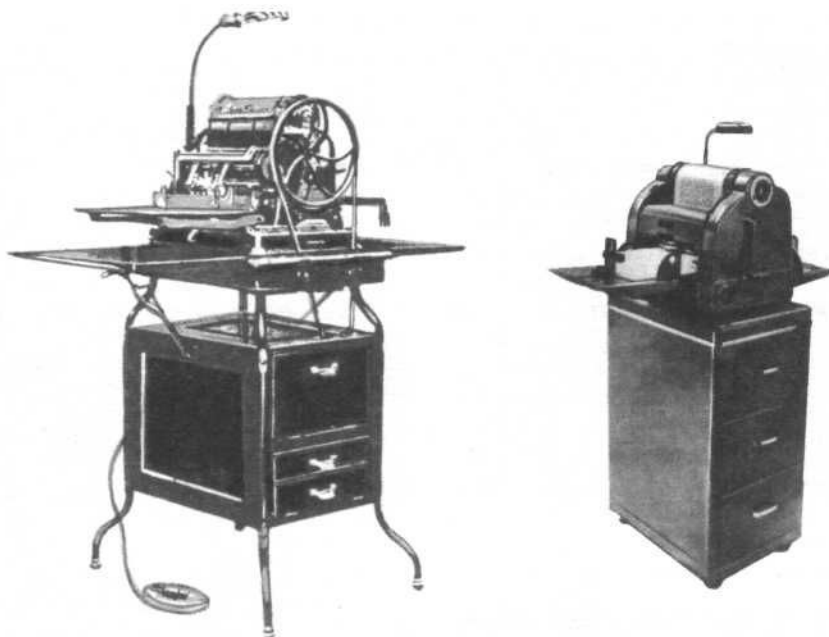
б



в

Мобильные средовые объекты:

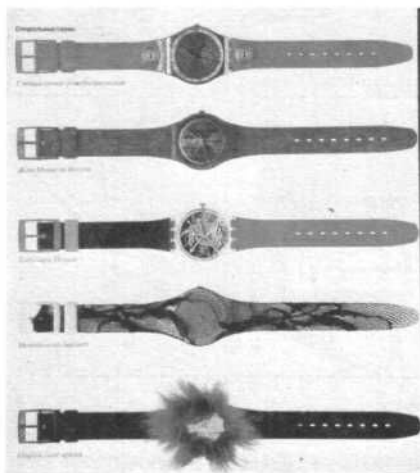
а — автоприцеп для уик-энда в палаточном городке; б — пульмановский вагон. США, 1870, интерьер; откидное кресло (схема трансформации)



Копировальный аппарат «Гештетнер» до и после модернизации, осуществленной по проекту Р. Лоуи, 1929

считаны на постоянное использование одним и тем же контингентом, что выражается в утилитарности, узнаваемости и универсальности их облика, эмоциональных характеристик, отказе от индивидуальных черт, стремлении к стандартизации, взаимозаменяемости элементов наполнения при разных функциональных вариантах эксплуатации.

МОДЕРНИЗАЦИЯ - изменение структуры или компонентов объекта, вызванное необходимостью соответствия изменившейся социокультурной ситуации. Модернизация сообщает объекту новые или улучшенные потребительские качества и образ, более соответствующий эстетическим запросам социума.



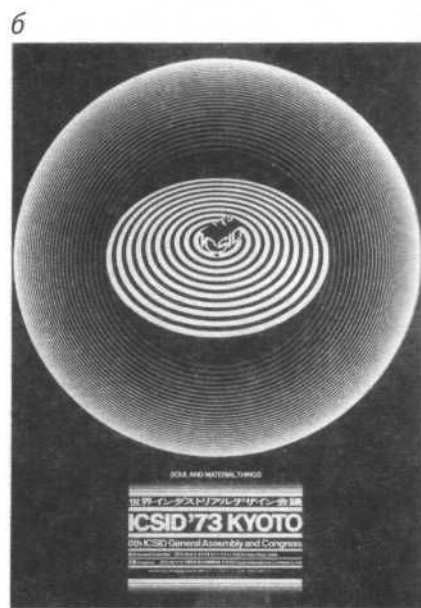
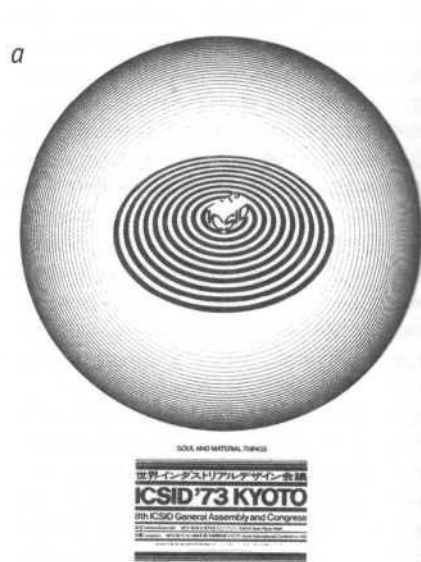
Модификация кварцевых часов «Свотч». Швейцария, 1986

МОДИФИКАЦИЯ - изменение отдельных параметров изделия (объекта) с целью более полного соответствия его изменившимся требованиям — эксплуатационным, технологическим или эстетическим. При подобном изменении структура изделия практически не затрагивается.

МОНОСЕРИЯ — в графическом дизайне — серийные тексты, где важен порядок их расположения, фиксированная последовательность и заданное количество.

Особенностью М. является то, что семантизации (смыслообразованию) здесь подлежит сам процесс програм-

мированного изменения текста. Любые процессы и объекты, подлежащие визуализации, которые протекают во времени и в которых происходит какая-либо смена состояний, могут быть переданы с помощью М.: процессы изменения, упорядочивания, движения, роста, направленности и т.д. Деятельность дизайнеров-графиков, освоивших методы визуализации посредством



Плакаты:
а, б — варианты плаката «ИКСИД-73, КИОТО»;
в — плакат выставки дизайна; г — плакат «Постер колор». Япония, 1973—1974



структуры и процесса, оказалась в значительной мере причастной к существенным переменам в средствах массовой коммуникации.

МОНУМЕНТАЛИЗАЦИЯ СРЕДЫ - стремление придать средовым объектам монументальный (величественный, серьезный, основательный) характер, подчеркивающий значимость объекта в жизни человека и общества (правительственные учреждения, банки, мемориальные ансамбли и пр.).

Монументальность — одна из категорий оценки произведений искусства, соответствующая объектам, производящим впечатление величиной и мощностью, глубоким по содержанию. Это субъективная эмоционально-образная дефиниция, относящая произведение к «монументальному» полюсу шкалы оценок, противоположному произведению «камерным», «интимным», развлекательным.

Термин «монументальность» широко употребляется при описании архитектурных и средовых объектов: «монументальный фасад», «монументальные пропорции» и пр.

Богатый набор средств М. представлен в истории архитектуры и искусства: крупный, значительный масштаб, массивность, простота форм, симметрия, статичность, величественные пропорции, ясная, спокойная композиция, подчеркнутая тектоничность, материальность и т.д.

В процессе исторического развития совокупность качеств М. архитектурных, средовых произведений меняется, пополняется новыми. Технический прогресс, общекультурное развитие находят свое отражение в современных монументальных произведениях, привлекая им качества, прежде несвойственные М.: динамичность, асимметричность, атектоничность, сложная, супрематическая композиция. Иначе говоря, трактовка понятия М. в теории и практике искусства меняется, расширяются границы ее понимания и возможности применения. И теперь к произведениям, обладающим качествами М., часто относят сложные промышленные комплексы, крупные инженерные сооружения (мосты, тоннели, плотины), производственные и научно-исследовательские установки (крекинги, радиотелескопы и пр.).

В произведении средового искусства степень М. целого является результатом совпадения проявлений этого свойства в архитектурно-пространственной ситуации и в характере сосредоточенной здесь деятельности и ее вещного оформления.

Однако проблема оценки соответствия М. среды и М. ее элементов (компонентов) пока решается интуитивно, эмпирически и ждет своего исследования.

МОНУМЕНТАЛЬНО-ДЕКОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА - в дизайне ере-'ды — система произведений скульптуры, живописи, пластики, приемов и форм, взятых из сферы изобразительного искусства, для формирования визуальных качеств и композиции среды.

Традиционно к М.-д.с. относят крупные памятники, монументы (скульптурные композиции, обелиски, стелы), подчиняющие себе пространственную ситуацию средового комплекса; рядо-

вые скульптуры, росписи, витражи, объемные и цветные декоративные пластические панно и решения, выполняющие роль акцентов в художественной структуре; орнаментальные лепные и цветные украшения, повышающие выразительность плоскостей ограждений, деталей фасадов и интерьеров, в том числе архитектурные детали (лепнина карнизов, капители и пр.). Все эти М.-д.с. формируют **стабильные художественные качества** средовых объектов, усиливая изначальную пространственную композиционную идею.

Особую категорию средств художественной организации среды составляет разного рода **временное убранство** — цветные транспаранты, лозунги, объемные установки (арки, колонны), гирлянды, ленты, плакаты и прочее, создающие нужную атмосферу при «нештатном» использовании данного места (во время праздников, ритуальных торжеств и т.д.).

Исторически сложились довольно устойчивые формы применения М.-д.с. отдельно стоящих объектов, скульптурные или живописные заполнения фронтонов, роспись стен, орнаментация тяг, порталов и др., — как правило, следующих принципам архитектурной организации средового пространства. При этом, по определению, М.-д.с. выполняют либо задачи монументализации среды, придания ей торжественного, «значительного» образа, либо повышения декоративных качеств, яркости, цветности, свободы, разнообразия ощущений. Причем обе эти роли могут выполнять как орнаментально-абстрактные художественные построения, так и фигуративные изображения, несущие «описательную» информацию.

В последние годы в связи с расширением палитры художественных средств изобразительного искусства (появление кино- и телепроекции, газосветных установок, кинетических скульптурных композиций, суперграфики и др.), преобладанием произведений с нефигуративным содержанием, включением в орбиту художественного освоения визуальной среды декоративных свойств объектов, не несущих самостоятельной идейно-образной инфор-



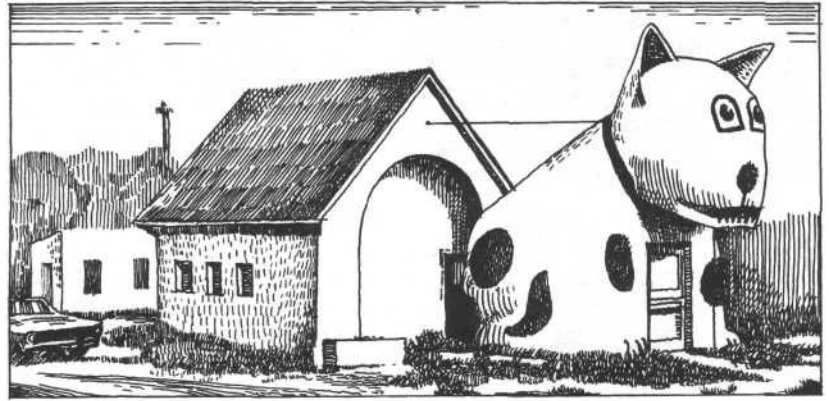
а



в



б



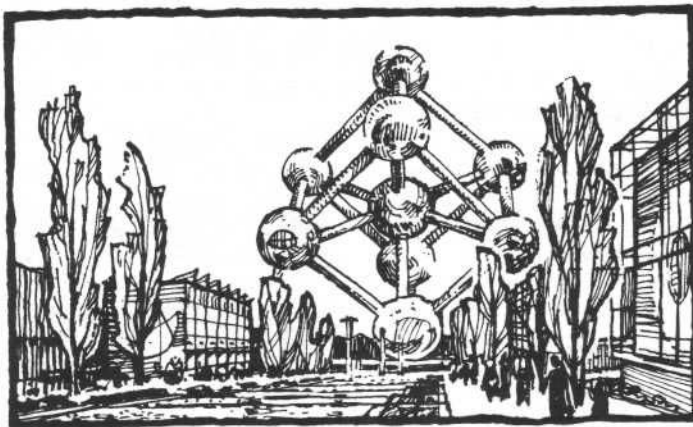
г

Монументально-декоративные элементы среды:

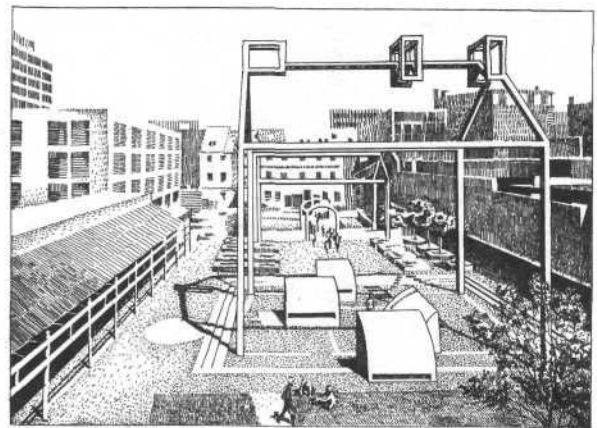
а — игровая скульптура в жилом квартале. Германия; б — скульптуры из льда в зимнем Владивостоке; в — реклама на городской улице. Париж; г — «Дом Собаки», гостиница у автострады. ЮАР

«Новая монументальность»:

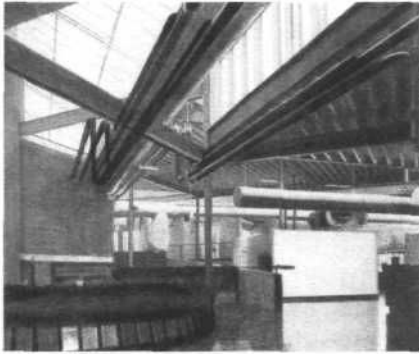
а — Атомиум в Брюсселе; б — мемориал Франклина. Филадельфия, США



а



б



«Новая монументальность»:
композиция из инженерных конструкций и коммуникационных труб, медицинский центр. Колумбус, США

мации, эпоха подчинения М.-д.с. архитектуре ушла в прошлое.

Теперь М.-д.с. часто образуют собственную пространственную композицию, отличную от архитектурной основы, усложняя архитектурно-дизайнерскую конструкцию среды. Нередки варианты нарочитого разрушения тектонической логики средовой системы («сбивка масштаба» и масштабных шкал, замена образных ценностей ориентационными, «выпячивание» второстепенного в композиции на первый план, разрушение конструктивных схем и канонов и пр.). Во всех этих случаях

М.-д.с. начинают играть в среде совершенно новую роль — они выступают в качестве своеобразных «учителей жизни», прививающих зрителю, потребителю среды новые нормы поведения, провозглашая новые культурные установки, разрушая ценности и стереотипы традиционных форм образа жизни и утверждая идущие им на смену.

Разумеется, этот процесс не связан только с М.-д.с., он отражает (через систему монументально-декоративных подходов) приход в общество нового понимания смысла жизни, нового мироощущения, свойственного современному этапу истории. И М.-д.с., как составляющие среды, наиболее близкие к искусству как форме общественного сознания, раскрывают это явление наиболее полно.

В этих условиях очень часты случаи необычного соединения М.-д.с. и других средств формирования среды: ограждения пространства рассматриваются как живописное панно или пластическая композиция, бытовые вещи, мебель гипертрофируются, «вырастая» до символической скульптуры, опоры фонарей оказываются стволами пальм или покрытыми рельефом стенами, красочное, все время меняющееся информационное табло заменяет роспись, причудливая гроздь открытых лифтов

становится движущейся скульптурой в гостиничном атриуме и т.д.

Таким образом, привычные для прошлого приемы использования и проектирования М.-д.с. в средовых ситуациях стали лишь малой частью современных способов их художественного освоения, и эта новая система работы с М.-д.с. в предметно-пространственных средовых композициях еще ждет специального изучения и обобщения.

ОБРАЗ СРЕДЫ — конкретное представление о средовом объекте, закрепленное в сознании его характерными чертами и визуальными впечатлениями, передающими эмоционально-эстетическое, духовное содержание этого объекта; комплексное эмоционально-художественное впечатление от среды.

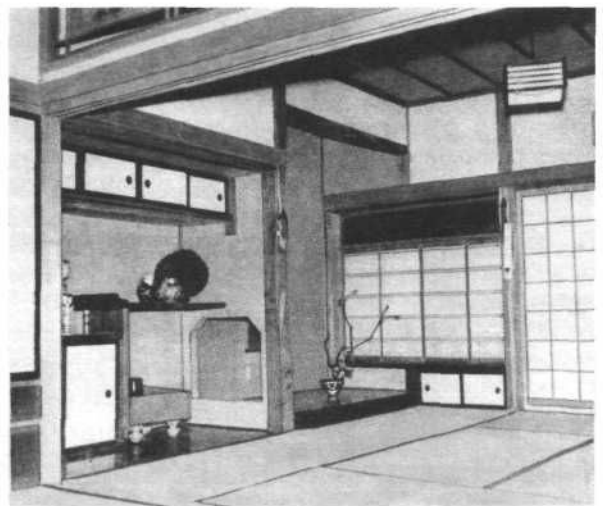
О.с. — основная, результирующая категория восприятия и художественного осмысления окружающего нас мира, в контексте понятия «среда» неразрывно связанная со свойствами ее слагаемых (пространственный и предметный комплексы, единство процессов жизнедеятельности и их отношений с человеком, потребителем среды), синтезирующая впечатления от

Образ среды.

а — стихийно сложившийся (автомагистраль в Австралии); *б* — ставший «родовым» стереотипом (японский жилой дом)



а



б



Образ среды:

а — приобретший индивидуальные черты (дворцовая кухня в Брайтоне); *б* — ставший произведением средового искусства (Пiazza д'Италия, Нью-Орлеан)

каждого из них в общее идейно-чувственное представление.

О.с. может складываться стихийно, в результате случайного взаимодействия спонтанно действующих факторов и материально-пространственных условий, может «программироваться» целенаправленно, в процессе работы специалиста (архитектора, дизайнера, художника). Восприятие О.с. разными людьми и слоями общества происходит индивидуально, но обязательно на базе определенного, общего для всех содержательного начала, что делает О.с. наиболее значимых произведений архитектурно-дизайнерского искусства достоянием и ценностью общечеловеческой культуры.

Различают четыре уровня содержания и освоения образного начала в среде: 1) **реальное зрительное представление** об объекте, его индивидуальных особенностях и свойствах; 2) осознание принадлежности средового объекта общезначимым функционально-художественным **стереотипом среды** (жилая, производственная, историческая и т.п.); 3) внедрение в «родовые» характеристики облика средового объекта **индивидуальных оттенков** и эмоциональных ощущений (торжественность, деловитость и пр.); 4) появление в образных характеристиках ярко-ю **«личного» художественного и идейного содержания**, преобража-

ющего средовую систему в признанное произведение искусства.

Формирует О.с. в процессе проектной работы, с одной стороны, система определенных художественных средств и приемов их организации (композиция и гармонизация предметно-пространственного комплекса и образующих его функциональных явлений), с другой — нарушение композиционных и функциональных канонов, появление новых форм и структур как в содержании среды, так и в принципах ее овеществления и визуализации. Таким образом, формирование новых художественных разновидностей О.с. есть одновременно и процесс социального и материально-технического развития общества, и результат поиска и развития его художественной культуры, отраженные в объективных и субъективных закономерностях и возможностях средового проектирования. Этим объясняется многообразие вариантов содержания и формы образа в средовых объектах и системах и непрерывная смена этих форм, накопление новых образных ценностей в нашей истории и повседневной жизни.

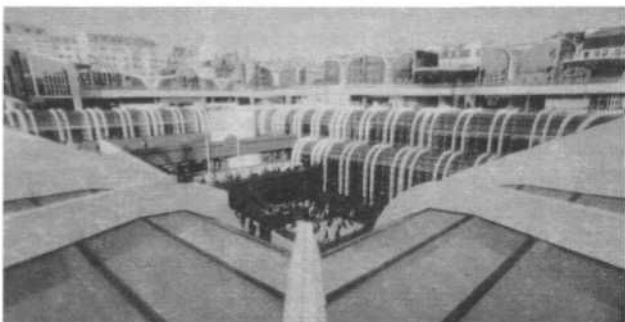
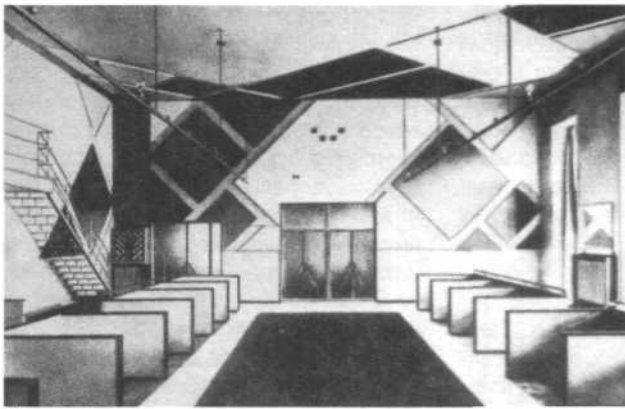
ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ СРЕДА - средовые

объекты и системы, предназначенные для общественной жизни, науки, обра-

зования, торговли, административной, деловой и культурно-просветительской деятельности.

Типология О.з. и с.с. включает комплексы различных назначений и типов — стадионы, музеи, театры, торговые и деловые центры, административные здания, институты, клубы по интересам — если в качестве критерия типологической классификации считать массовость действия; здания, сооружения и открытые пространства (сравните театр, стадион, мемориальный или выставочный комплекс, площадь собраний) — если смотреть с позиций пространственной организации; в зависимости от функции: обслуживание (магазины, почта, общественное питание), зрелищные (театры кино), управления и т.п.

Общей чертой всех этих объектов и систем является создание условий различных форм **общения и обслуживания** разных групп населения — обмена информацией, товарами, услугами, выработки совместных решений, личного или коллективного контакта с культурными ценностями, историческим наследием и т.д. Поэтому среда этих объектов должна, помимо утилитарного обеспечения соответствующих функций, создавать обстановку, благоприятствующую процессам общения, удовлетворяя не выборочные, а разные вкусы пользующихся О.з. и с.с.



Общественные здания и сооружения:

а — трансформирующийся зал кинотеатра-кафе. Страсбург, 1929; б — пассаж в торговом центре. Лондон; в — рекреационный комплекс Ле-Аль. Синтез открытых и закрытых пространств. Париж

Традиционные формы О.з. и с.с. умело создавали подобную атмосферу, поддерживая нужные уровни комфорта в трех разновидностях *функциональных зон*: для работающих здесь, для вспомогательных процессов обслуживания приходящих посетителей (зрителей, покупателей и т.д.) и главное — для основной функции (торговый зал, зрительный зал и т.п.).

Новое в архитектурно-дизайнерском формировании О.з. и с.с. во многом связано с изменениями в современной общественной жизни.

1. Рост общественного благосостояния, успехи культуры и образования привели к тому, что резко возросли количество и номенклатура функций объектов О.з. и с.с., причем большинство новых форм появилось как комбинация, соединение ограниченного количества исходных позиций (луна-парк, телешоу, супермаркет, университетские исследовательские комплексы и пр.).

2. Научно-технический прогресс, успехи инженерно-строительного дела привели к модернизации, новым приемам формирования функционально-пространственных решений издавна устоявшихся по облику объектов и систем (пассажи, атриумы, спорткомплексы).

3. Появились и утвердились новые формы общественного сознания, культуры, изменилась эстетическая ориентация самых широких масс, прежде всего молодежи («технизация» внешних форм, рок-культура, абстрактное изобразительное искусство, китч как вид массовой культуры), что привело к появлению невиданных ранее архитектурно-дизайнерских решений О.з. и с.с., трансформации и модернизации старых.

4. Все названные изменения, за последние полвека полностью реализованные современными средствами массового производства и информации, фактически создали новую среду

общественного сектора в мировом масштабе, и процесс этот продолжается — каждые 2—3 десятилетия материальная база О.з. и с.с. в развитых странах удваивается, причем в новых архитектурно-дизайнерских формах и стилистике. Но, в отличие от производственной базы, основные предметно-пространственные накопления О.з. и с.с. не заменяются новыми, а сохраняются, пополняясь более современными видами, т.е. происходит постоянный общий рост среды общественного сектора при соответствующих изменениях его внутреннего содержания и внешних форм.

Все это привело к новому характеру самого общения, его демократизации, преобладанию цивилизованных форм, их раскованности, непредвзятости, взаимному уважению традиций и новаторства, приоритету ценности каждой личности, ее призыву к активной вовлеченности в средовые процессы.

Поэтому среда общественных пространств является своеобразным полигоном, лабораторией изобретения и проверки нетрадиционных начинаний в средовом дизайне, а сама О.з. и с.с. в целом становится в глобальном средовом контексте как бы инициатором свободы и гуманистичности организации общества.

ОРИЕНТАЦИЯ в среде - вид деятельности, направленной на определение своего местоположения в среде, на соотносительность данного места с другими местами и событиями во времени и пространстве, с внепространственными ценностями и представлениями.

Представление об О. может найти отражение в памяти о пройденном пути, в запомнившейся серии последовательных образов, в вербальных суждениях или комбинациях из перечисленных способов.

Ориентационная деятельность является основой сотворения психологической связности среды, ее целостности в сознании субъекта. В современном городе она — постоянная составляющая всякой деятельности: деловой, сервисной, досуговой. Чувство тревоги и смятения, сопровождающее потерю О., также как и чувство безопасности и удовлетворения, сопутствующее ее полноте, прочно связывают формы окружения с психолого-поведенческими процессами. Помимо того, что ясность О. облегчает доступ к месту, расширяя возможности субъекта, понимание того, как связаны элементы целого, облегчает узнавание какого-либо малого фрагмента среды. Элементами, облегчающими пространственную и бытовую О. в среде, являются символы, знаки, ориентиры, различного рода указатели и т.д.

Не менее важна О. во времени, существенным ключом которой служат формы окружения и их последовательность, например, циферблаты, знаки, ритм природы и ритм деятельности, освещение или памятники истории, праздники или повседневные ритуалы и др.

В дизайне среды ориентационная функция реализуется различными спо-

собами: целенаправленной организацией пространства, «передающей» потребителя от одного акцента к следующему; созданием специальных информационных «узлов», «коридоров», самостоятельных систем *визуальной коммуникации*; образным, художественным «маркированием» средовых объектов и систем.

ОТКРЫТЫЕ ПРОСТРАНСТВА - пространственные ситуации, полностью или частично не имеющие ограждений (стен) и покрытий и потому непосредственно подверженные прямым природно-климатическим воздействиям (ветер, осадки, температура воздуха и т.п.). Различают ландшафтные О.п. (природные, сельскохозяйственные территории, парки, акватории и т.п.), городские (улицы, площади, жилые дворы и т.д.) (см. *Городской интерьер*) и специальные открытые сооружения (стадионы, технические промплощадки и т.п.).

О.п. предназначены для таких видов деятельности, где прямое воздействие погодных условий необходимо или не является существенной помехой (сельскохозяйственные угодья, рекреационные зоны, уличная транспортная сеть и т.п.). Вместе с тем в среде населенных пунктов, прежде всего в городах, О.п. являются необходимым дополнением к закрытым пространствам, интерьерам зданий и сооружений, так как обеспечивают утраченную в интерьерах связь горожанина с природой и ее компонентами.

Среда О.п. обычно отличается от среды интерьеров особыми способами организации функции и облика: 1) большие размеры (как правило, на порядок больше) обуславливают специфические условия восприятия (размытость дальних планов, «условные ограждения», «кулисное» построение глубинной композиции), новое ощущение масштаба пространства; 2) весьма активная роль ландшафтных компонентов (зелени, небосклона) в формировании облика; 3) функция в О.п. укрупняется, становится комплексной (главная улица как коммуникационный канал, общественно-торговый центр, символ города). Все эти особенности делают проектирование

О.п. самостоятельным разделом средового дизайна.

Структурно-конкретное О.п. состоит из: 1) планшета (горизонтальная поверхность), где обычно сосредотачивается его основная функция, обуславливающая рельеф, тип покрытия или мощения; 2) реальных ограждений (стены зданий, зеленые кулисы и т.п.) и условных — панорам, замыканий перспектив улицы и т.д.; 3) предметного наполнения (малые архитектурные формы, инженерное и технологическое оборудование, ландшафтные включения, информационные устройства, монументально-декоративные произведения), причем объемы элементов наполнения активно участвуют в формировании пространственной конструкции О.п., составляя либо «прозрачные» цепочки акцентов, разделяющих общее поле на функциональные зоны, либо обрамляя дальние планы для рядом стоящего зрителя. Проектирование каждой из этих структур требует специальных знаний и навыков, поэтому формирование О.п. — процесс комплексный, многосторонний и длительный.

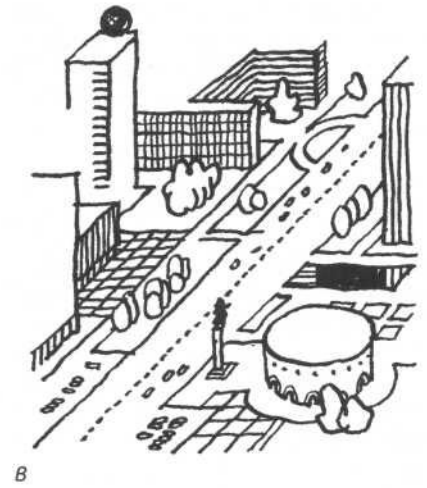
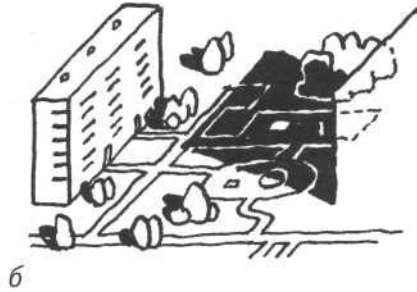
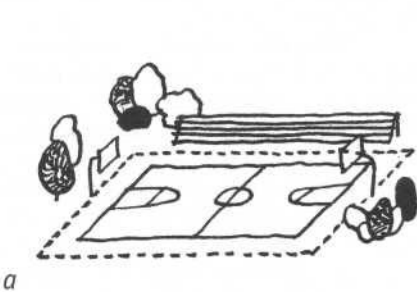
«ОТКРЫТЫЕ» СРЕДОВЫЕ СИСТЕМЫ — объекты и ситуации, изначально рассчитанные на многовариантное функциональное и художественное развитие, пространственную гибкость, прямые связи с окружением, способность органично встраиваться в средовые структуры более высокого уровня.

Традиционно законченность, неизменяемость фрагментов среды выдающихся памятников зодчества считалась достоинством, обязательным атрибутом шедевра «статического» искусства. Однако сегодня вырабатывается и другая трактовка категории прекрасного — проникнутая ощущением подвижности, безграничности предметно-пространственного мира, позволяющая видеть новую эстетику в свободе сочетаний, меняющихся и геометрически, и во времени. При этом ярче смотрятся и достоинства классических «замкнутых» средовых ансамблей, которые жизнь вписывает в нарочито незаконченные «растущие» средовые комплек-

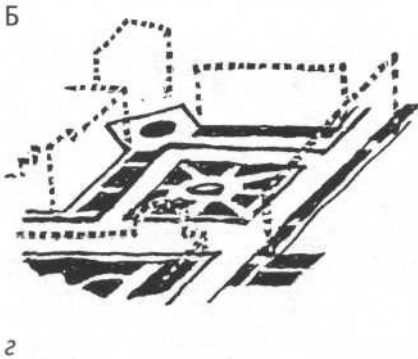
Открытые пространства:

А — генезис типов: а — самостоятельные плоскостные сооружения; б — площадки, сопутствующие объемным объектам; в — комплексные городские пространства; Б — схема строения: г — планшет; д — реальные и условные ограждения; е — заполнение пространства (предметная среда)

А



Б



сы. Появилась **концепция единой предметно-пространственной ткани среды**, в которой есть место и для самодостаточных, закрытых структур, и для объектов, декларирующих свою динамичность как художественную ценность.

С позиций дизайна среды О.с.с. означают особые приемы как функционально-пространственной организации, прежде всего принципа разделения в структуре данного фрагмента среды «рабочих полей» (вмещающих специализированные функциональные процессы), так и «коммуникационных русел», обеспечивающих перемещение людей, грузов, подключение инженерных устройств и так далее и составляющих, в конечном счете, главный компонент этой структуры, поскольку именно они способствуют ее динамичности.

Это разделение может быть закреплено объемно-пространственными построениями (коридорная система зданий), может сложиться только функционально («транзитная» зона в торговом зале), но проектировщик должен его осознавать — без этого нельзя понять пространственную направленность процессов развития средового объекта.

В предметно-пространственной композиции О.с.с. при этом появляются специфические черты.

1. «Формализация» специализированных коммуникационных каналов разного типа и уровня сопровождается их модульной координацией с «полями деятельности», что позволяет вести частную реконструкцию целого за счет любых изменений в отдельных «полях».

2. Главное направление возможного развития системы обеспечивает

ся соответствующими территориальными ресурсами, а специфические функциональные зоны системы располагаются «вдоль» этого направления для их непосредственного наращивания в процессе развития объекта.

3. Происходит отказ от композиционной замкнутости системы за счет «перетекания» пространств, визуального включения общих ориентиров в разные пространственные ячейки системы, использования линейно-узловых структур организации среды (где главное художественное начало — коммуникационный канал, расчлененный на нужные отрезки «узлами» около композиционно значимых объектов «второго плана»), предусматривающих «перекрещивание» линейных систем разного уровня и типа в территориальных и пространственных образованиях.

Концепция О.с.с. открывает новые возможности соединения в общегородскую целостность разнохарактерных средовых объектов и структур, органично включая в нее — через соответствующую «рабочую» ячейку — традиционные и новые «закрытые» комплексы. Но главное — отдавая в общей композиционной структуре среды первенство процессам движения, развития (за счет примата коммуникационных пространств), О.с.с. придает современный колорит динамичности, свободы, гибкости облику среды в целом, порождает новые эстетические идеалы и нормы в общественном сознании.

ПИКТОГРАММА — условные знаки и изображения, передающие визуальную информацию.

П. как «рисуночное письмо» была распространена у американских индейцев и у некоторых народов нашего Севера.

С развитием визуальной коммуникации получили распространение серийные П., например серия П. для Олимпийских игр в Москве 1980 года.

Серия пиктограмм для Олимпиады-80. Москва



«ПЛАГИАРИУС» («Plagiarius») - учрежденная в 1977 году западногерманской фирмой «Буссе Дизайн Ульм» ироничная «награда» — черный гном с золотым носом, которая присваивается ежегодно фирмам-изготовителям за лучший плагиат дизайна промышленных изделий. Активно участвуют в розыгрыше «Плагиариуса» и отечественные фирмы. Так, обладателем приза стала в недавнем прошлом московская фирма «МИКМА» за электробритву, в совершенстве воспроизводящую аналогичное изделие западногерманской фирмы «Браун».

ПЛАКАТ (нем. *Plakat*, фр. *Placard* - объявление, афиша, *plaque* — наклепать, приклеивать) — **крупноформатное (листовое) издание (обычно в виде рисунка, изображения, сопровождаемого кратким текстом)**, выполняющее задачи наглядной агитации и пропаганды, информации, рекламы, инструктажа или обучения.

П. Возник в Западной Европе во второй половине XIX века, когда применение литографии, в том числе цветной, позволило издавать красочные П. быстро и большими тиражами. Ведущая роль в развитии П. в конце XIX века принадлежала Франции (плакаты Ж. Шире, А. Тулуз-Лотрека, Т. Стейнлена и др.). Большинство плакатов конца XIX—начала XX века состояло из орнаментально-декоративных композиций в стиле «модерн», повторяющих произведения книжно-журнальной графики.

С начала 10-х годов XX века декоративный стиль в П. уступает место функциональному, что особенно ярко отражается в рекламном плакате, где определяющим становится стремление художников к конкретному, предметному показу объекта рекламы (работы Л. Бернхада, Ю. Клингера, Л. Хольвайна и др.).

1920-е годы революционной России оставили яркий след в истории не только отечественного, но и мирового плаката. Политические и рекламные плакаты этого времени были одним из самых активных средств пропаганды и агитации масс. Минимальное исполь-

зование средств давало максимальный объем информации. Художественная концепция **конструктивизма** воплощалась в плакатах В. Маяковского, А. Родченко, Эль Лисицкого. Среди авторов плакатов того времени — К. Петров-Водкин, В. Мухина, Кукрыники, В. Дени.

1960-е годы открыли новую страницу в истории плаката. Первая биеннале плаката в Варшаве (1966) продемонстрировала новые возможности плаката, его образного языка. На этих смотрах мирового плаката ярко заявили о себе плакатисты Польши, Швейцарии и Японии.

С конца 60-х годов прошлого века в Прибалтике появились выставки так

Плакат «Кунстшау». О. Кокошка, 1908



называемого авторского плаката, выполненного в одном экземпляре. Авторский плакат чаще всего является экспериментом как в области идей, так и техники исполнения (аппликация, коллаж, типографика, фотография, фотомонтаж, компьютерная графика и т.д.). За последние десятилетия плакат почти полностью изменил свой изобразительный язык. Современный плакат использует широчайшую шкалу выразительных средств: от геометрических композиций до гиперреализма и фотографий, от графических знаков до нюансированной живописи. Использование компьютерной графики, смешанной техники — (фотография плюс графика), постановочной фотографии и возросшие возможности полиграфического воспроизведения подготовили почву для особых форм мышления дизайнеров-графиков, что привело к раскрепощению искусства рисования, обнаружило условность приемов и техник плакатного языка, усилило цен-

ность индивидуальной графики. Ведущие современные дизайнеры-плакатысты: Х. Томашевский (Польша), К. Накияма (Япония), С. Бамби (Италия), Х. Маттиас, Г. Кизер (Германия), Л. Шенберге (Латвия) В. Чайка, М. Жуков, В. Цыганков (Россия).

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (промышленная) **СРЕДА** — *средовые объекты и системы, предназначенные для выполнения производственных и обслуживающих их процессов.* Номенклатура такого рода объектов чрезвычайно разнообразна (добыча и обработка полезных ископаемых, металлургия, энергетический комплекс, химия, станкостроение, переработка сельскохозяйственных продуктов, изготовление товаров народного потребления, предприятия бытового обслуживания, объекты транспорта), что определяет бесчисленное количество соответствующих технологий, предъявляющих собственные требования к их предметно-пространственной организации.

В большинстве случаев в этих объектах наблюдается разделение среды на две относительно самостоятельные части: собственно технологические процессы и цепочки со своими специфическими условиями и требованиями к пространству и оборудованию (ма-

шинные залы электростанций, эллинги, цеха, мастерские и т.д.) и обслуживающие комплексы (бытовые и административные помещения, склады и пр.), в которых преобладают объекты со сходными предметно-пространственными комбинациями, что определяет сумму архитектурно-дизайнерских подходов к их проектированию. При этом большинство объектов обеих групп, в свою очередь, делится на **открытые** (грузовые дворы, технические территории, площадки отдыха и т.д.) и **закрытые** (интерьерные) пространства.

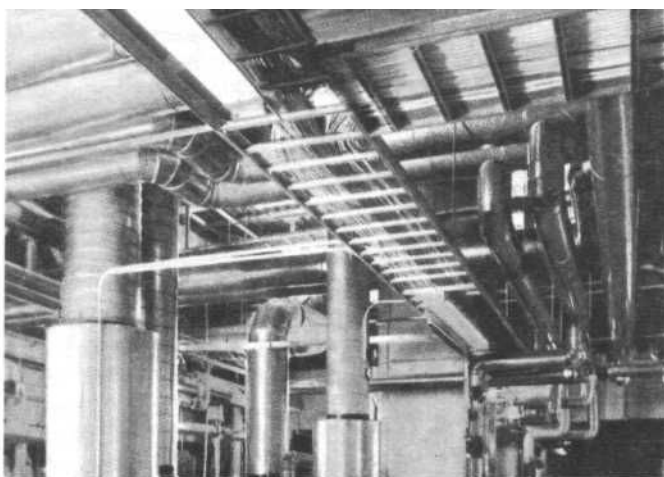
Существуют две тенденции развития П.с: либо как высокоавтоматизированной, относительно «безлюдной» производственной системы (автоматические станочные линии, прокатные станы и т.п.), либо как пространство, где главное — работающие здесь люди, их удобства, настроение, ритм их деятельности. Соответственно меняется эстетика П.с. — от гигантских «абстрактных» произведений средового искусства, отражающих своими средствами (простор цеха, его освещение, конвейерные линии и пр.) тот или иной техногенный образ, до предельно комфортной системы объединенных технологий рабочих мест, адресованных каждому работающему. Примат техничности, целесообразности среды сохраняется в обоих случаях, поэтому в дизайнерском решении П.с. всегда



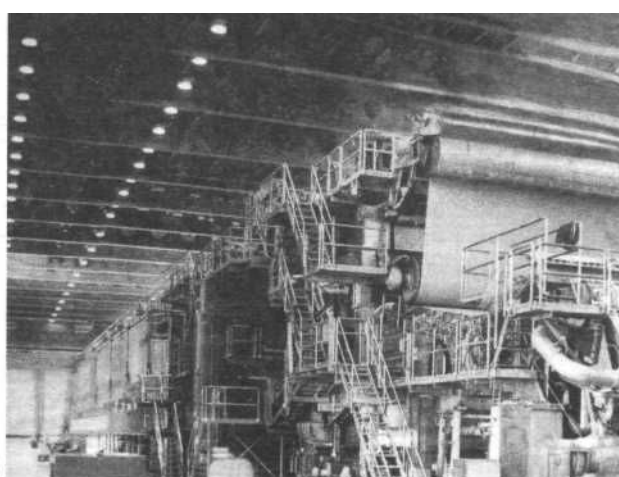
а

Производственная среда, примеры:

а — пульт оператора; б — инженерное оборудование цеха; в — технологическое оборудование как основа образа



б



в

доминирует ее оборудование, но плюса реализации этого принципа очевидны.

Необходимость постоянного обновления технологии, производственной базы П.с. через относительно короткие промежутки времени часто связана с модернизацией ее пространственной основы. Чтобы избежать при этом ненужных затрат используют разные приемы — от создания универсальных неизменяемых пространств с возможностью любой перестройки технологии за счет нового оборудования рабочих мест и производственных линий, до внедрения сборно-разборных, временных легких конструкций, заменяемых или утилизируемых по мере устаревания производственного процесса. Соответственно эстетика тех или иных пространственных решений связывается с реализацией присущего им типа мобильности («технологического» — за счет систем подводок инженерного обеспечения, относительной «затушеванности» архитектурной основы, что позволяет строить облик среды на базе дизайна ее наполнения; «пространственного» — за счет изменяемости строительных конструкций, которые в этом случае становятся особым объектом инженерно-архитектурного дизайна).

Вышеизложенное объясняет многие процессы современной практики формирования П.с.: 1) активное использование (при соответствующей перестройке, озеленении и пр.) производственных построек прошлого; 2) чрезвычайное многообразие конструктивно-пространственных решений промышленных зданий и сооружений; 3) усиленные поиски специалистов промышленного дизайна в области формы производственного оборудования — от применения «накладных» пластических или цветовых решений до выявления декоративно-художественных качеств функционально необходимых технологических устройств; 4) приближение облика «многолюдных» производств к облику общественных зданий; 5) широкое использование в современной П.с. нетрадиционных для нее форм дизайна — ландшафтного, монументально-декоративных средств, исторических реминисценций и т.д.

Достижения в области художественного формирования облика П.с. сегодня столь значительны, что существует мощнейшая практика проникновения его черт в другие виды среды (от «хай-тека» в стилистике оборудования до выпячивания технологических подробностей в жилище, общественных зданиях, даже в ландшафте).

По-видимому, максимальная мобильность, «прогрессивность» самой основы П.с. — производства материальных ценностей, по сравнению с генеральной функцией более консервативных средовых систем (жилье, рекреация, общественная жизнь), предопределяет влияние, даже доминантность ее образов в современном художественном движении.

ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРАФИКА - вид графического дизайна в сфере производства и сбыта промышленной продукции (торговые ярлыки, фирменные знаки, издательские марки; рекламные издания — каталоги, буклеты, проспекты и пр.) и в сфере управления производством (деловые бумаги — бланки, конверты и пр.).

П.г. тесно связана с торгово-промышленной рекламой и часто является ее составной частью. Происхождение П.г. восходит к клеймам и торговым маркам, известным с глубокой древности. Окончательно П.г. сложилась в конце XIX века в связи с возникновением обществ профессиональных художников, специализировавшихся на рекламе промышленных товаров, разработке эмблем и товарных знаков. В начале XX века был сделан первый шаг к образованию единого *фирменного стиля* (работы П. Бернса), являющегося в настоящее время, по существу, самой характерной жанровой формой визуально-коммуникативного графического дизайна.

Стилистика П.г. в значительной мере зависит от стилей и направлений, главенствующих в искусстве. «Модерн» конца XIX—начала XX века, функционализм и конструктивизм 1920-х годов, эклектика 1930—1950-х годов, «постмодерн» 1960—1970-х и альтернативные течения 1980-х нашли гра-

фическое отражение в объектах П.г. Несмотря на свою специфику (интеграция графического дизайна и дизайна изделий или предметных комплексов), П.г. способна приобретать самостоятельную ценность, являясь одновременно и объектом наглядности, и эквивалентом творчества.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ОБРАЗЕЦ - воплощенный материально результат художественно-конструкторской разработки; новое изделие, пригодное к промышленному производству и служащее для него эталоном.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА - наиболее общее представление о средовой ситуации, рассматриваемой как чисто объемно-пространственное образование, база последующих средовых решений, обладающих размерами, формой, пластикой образующего среду пространства и составляющих его объемов.

П.с. — исходная основа любой художественной работы со средой, так как всегда обладает потенциалом определенного эмоционально-психологического воздействия на зрителя: центрические пространства вызывают у него чувство устойчивости, «тесное» пространство может подавлять и т.д. Заложенные в П.с. возможности вызывать те или иные чувства могут быть усилены либо ослаблены, даже искажены целенаправленной обработкой — подчеркиванием исходных форм, пластической, цветовой, фактурной трактовкой, в том числе с помощью дизайна *предметного наполнения*.

В зависимости от типа пространственного образования и степени его проработки П.с. приобретает черты *архитектурной среды*.

П.с. играет стабилизирующую роль в процессах формирования среды в целом. Изначально пространственная основа выбирается или создается в соответствии с особенностями вмещаемых видов деятельности, но сформировавшись, она стремится законсервировать эти особенности, тем более что затраты на закрепле-

ние параметров П.с. слишком велики, чтобы часто менять ее соответственно новым запросам изменяющихся технологий. Поиск возможных решений динамики развития среды, в том числе в ее пространственных аспектах — очень важный раздел современной теории и практики дизайна.

РАЗВИТИЕ СРЕДОВЫХ СИСТЕМ

одна из форм динамичности среды, *процесс естественного становления, формирования и завершения существования предметно-пространственного образования*, связанного с данным видом деятельности.

Различают две формы Р.с.с. — «качественное» (во времени), от «за-рождения» до естественного «умирания», и «количественное» (в пространстве), которое сопровождается ростом или уменьшением габаритов данной средовой системы. Как правило, обе формы Р.с.с. связаны между собой. Расширение средовых пространств системы характерно для «молодых», агрессивно наступающих на свое окружение образований, а сужение поля деятельности — для «стареющих», перспективных систем.

Для «качественного» Р.с.с. выделяют следующие этапы:

- **становление**, возникновение «на пустом месте», связанное с сооружением ее пространственной основы, комплектацией наполнения; при этом среда уже «работает», реализуя часть ведущей функции, но не имеет какого-либо важного компонента своей структуры (продолжается строительство зданий на городской магистрали, не завершено бытовое оборудование или отделка действующего цеха и т.д.);

- **«обживание»** среды, «доводка» вчерне сформировавшейся системы до желательного потребителю состояния; в этом случае все принципиальные моменты ее структуры уже существуют, но не хватает «мелочей», привязывающих среду к личности потребителя (см. *Адаптация среды!*), возможны уточнения цветового климата, повышение комфортности и пр.;

- **стабильное существование** объекта, когда при неизменности прин-

ципов его художественной конструкции жизнь корректирует ее отдельные под-робности, заменяя физически или морально устаревшие черты или детали; это самый длительный и «деликатный» период Р.с.с. — в среде накапливаются «частные» деформации предметно-пространственной структуры или ее жизненного содержания, которые требуют постоянного учета в архитектурно-дизайнерском проектировании — либо для аннигиляции, либо для «вживления» в функционально-образное решение;

- **реконструкция**, при которой вносимые в материально-физический и художественный строй изменения кардинально и необратимо затрагивают его каркас или доминантные черты образа; эти изменения могут иметь и внешние причины (перестройка общей ситуации), и внутренние (появление новых функций, новой технологии старого процесса), но в любом случае этот этап означает необходимость коренного «омоложения» устаревшего и готового умереть средового организма.

Проектировщики по-разному участвуют в формировании среды на каждой из этих стадий — целиком (по возможности) диктуя ее черты в начале процесса, подправляя их развитие в срединных этапах, вновь активно подключаясь при реконструктивных мероприятиях; концентрируя свое внимание на «долгоживущей» пространственной основе в начале и конце, на «преходящем» предметном наполнении в периоды обживания и стабильности, ибо подвижность, *динамичность* разных составляющих среды неодинакова. Пространственные параметры наиболее устойчивы и консервативны, срок их «работы» измеряется десятилетиями, сотнями лет; наполнение «живет» на порядок меньше, это более подвижный фактор формирования и приспособления среды, а в определенных случаях — наиболее заметный; носители деятельности процессов — машины, люди — самый «эфемерный» элемент; поэтому в конструкции среды различают «опорные элементы», не предполагающие переделок, и «мобильные», относительно легко заменяемые.

Внедрение новых процессов в среду может происходить не только за счет ломки ее «опоры», но и за счет

приспособления форм деятельности к структурной ситуации, что резко расширяет диапазон возможных дизайнерских решений; при этом формы внедрения могут быть и «внешними» — при обогащении процесса новыми дополнениями в окружении средового объекта, при освоении подземного пространства и пр.

Проблема количественного (пространственного) Р.с.с. — одна из самых острых в современном мире, практически исчерпавшем свои территориальные резервы. Но даже при наличии «свободных» пространств в окружении «растущей» системы существует еще одна трудность — органичность наращивания ее массы. Ведь каждый средовой объект в принципе выстраивается по законам композиции, предполагающей некую *целостность* данной структуры. Поэтому ее рост требует либо разрушения и реконструкции дорогостоящей пространственной базы, либо специальных мероприятий по облегчению этого процесса. Например, рост осуществляется за счет прибавления все новых композиционно завершенных ячеек, а реконструкции подлежит только часть первоначальных составляющих среды (обычно — коммуникации и информационные системы).

Этот прием характерен для традиционно сформировавшихся так называемых «закрытых» средовых систем, относительно жестко отгороженных своей формой от окружения и не рассчитанных на трансформацию. В современной практике все большее распространение получает еще один принцип — изначальное формирование средового объекта таким образом, чтобы любая его пространственная коррекция могла осуществляться без ущерба для художественного содержания (см. *открытые средовые системы*).

Очень важным является обеспечение необходимой и достаточной утилитарной и художественной комфортности среды на всех стадиях ее существования, что в дизайне среды отражает понятие о завершенности, художественной ценности не только стабильного средового объекта, но и его меняющихся, подвижных форм и состояний.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН - *формообразование промышленных изделий, которое в значительной степени определяется образом жизни, художественными и ремесленными традициями какой-либо региональной или этнической группы.* Среди региональных школ дизайна выделяются как установившиеся еще в 1930-е годы (итальянская, скандинавская), так и новые, получившие развитие со становлением промышленного производства в новых регионах (Латинская Америка, Юго-Восточная Азия).

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ИТАЛЬЯНСКИЙ — направление европейского дизайна, составляющее своего рода национальную оппозицию «среднестатистическому» функциональному и коммерческому американскому дизайну.

Италия, один из исторических центров европейской культуры, и в наше время сохраняет ведущую роль в формировании тенденций современного искусства, в том числе дизайна. Не случайно значительная часть художественных течений современного

дизайна — «Оливетти», «Мемфис» и другие — зародились именно в этой стране.

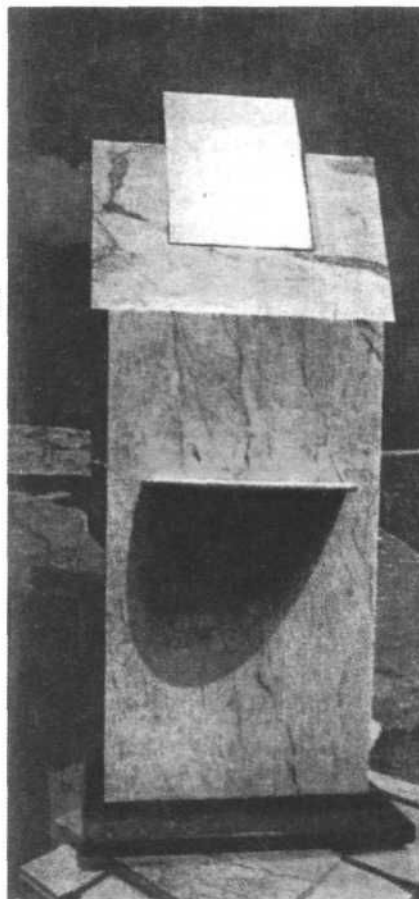
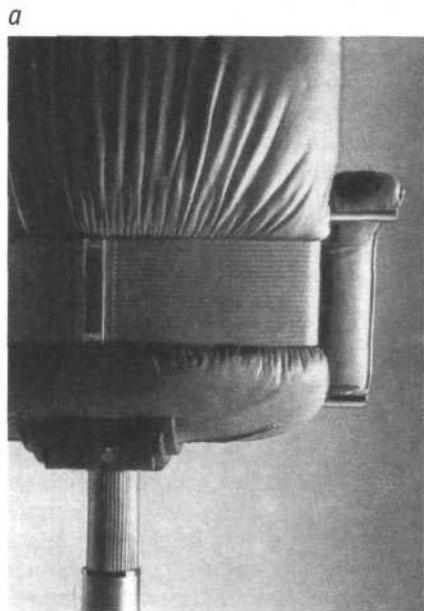
Наиболее характерной чертой этой региональной школы является параллельное существование, взаимодействие двух течений — высокофункционального промышленного дизайна и авангардных поисков в области формы, материала, путей взаимодействия объектов со средой и образом жизни. Существуют мастера, чья творческая активность сосредоточена преимущественно в одном направлении — М. Ниццоли, Дж. Джуджарро и др., в другом — А. Мендини, группа «Мега-мемфис»; есть авторы, деятельность которых характеризуется своеобразным сочетанием обоих направлений — Э. Соттсасс, М. Беллини, Дж. Коломбо,

Г. Пеше. При этом несомненно обогащение проектной практики дизайнеров-функционалистов идеями творческого авангарда. Так, чувственные «анатомические» формы мебели Г. Пеше получают воплощение в автомобильных интерьерах Дж. Джуджарро, а кухонные или спальные модули Дж. Коломбо в той или иной степени реализуются многочисленными производителями. Стоит заметить также, что если произведения авангардного дизайна других региональных школ остаются штучными выставочными объектами, то аналогичные изделия итальянских мастеров, например студий «Алхимия» или «Мемфис», производятся по крайней мере мелкими сериями, т.е. остаются в рамках именно промышленного дизайна.

При всем разнообразии форм, объектов и творческих подходов итальянского дизайна можно все-таки вывести объединяющую их формулу — это постоянный творческий поиск, стремление выйти за рамки обыденного проектирования, подход к изделию (будь то массовый автомобиль или мелкосерийная элитарная мебель) как к производству искусства.

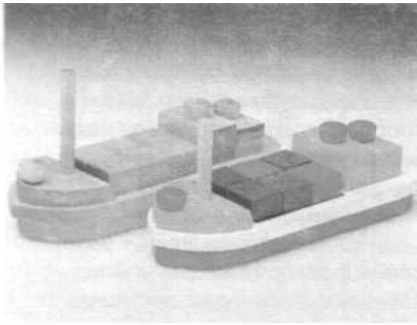
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН СКАНДИНАВСКИЙ — одна из региональных ветвей дизайна, которую отличает явное следование ремесленным традициям.

На протяжении нескольких десятилетий Р.д.с. развивался в направлении, заданном деятельностью А. Аалто, а наибольшую известность приобрели работы финских дизайнеров: Т. Виркала, К. Франка, Т. Сарпанева и др. Эти работы сочетают высокий функционализм с повышенным вниманием к материалу, колористическому решению (в котором невозможно не угадать связи с ландшафтными особенностями севера Европы). Заметное место в творчестве финских мастеров и их последователей в Швеции, Дании и Норвегии занимают объекты, традиционные для местных ремесел, — ткани, керамика, изделия из дерева и стекла. Всемирную известность получили скандинавская посуда, мебель, ручной

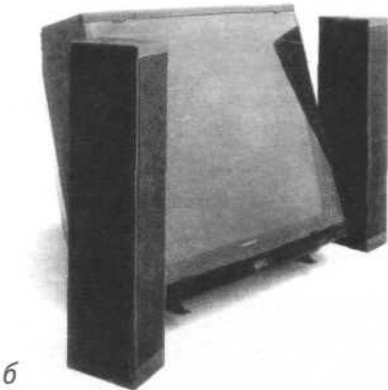


Итальянский региональный дизайн:

а — рабочее кресло «Имаго», М. Беллини; б — зеркало, Э. Соттсасс



а



б

Скандинавский региональный дизайн:
а — деревянная игрушка «Юкка»; б — телевизор «Финлюкс». Т. Хювонен, 1989

инструмент, спортивное оборудование, игрушка.

Начиная с 1970-х годов круг объектов скандинавского дизайна заметно расширяется — помимо бытовых изделий в него попадают электроника, оргтехника, сантехническое оборудование, спецодежда, транспортные средства. Лидирующее положение скандинавский дизайн занимает в области проектирования изделий для Севера. Расширяется и круг материалов — скандинавские мастера начинают активно работать с полимерами и композитами, при этом их традиционное внимание к фактуре и цвету приводит к ярким, нетрадиционным решениям. И хотя наметившееся в последние годы увлечение концептуализмом, постмодернистскими формами и сближает часть работ скандинавской школы с произведениями, скажем, итальянского авангарда, самобытный характер скан-

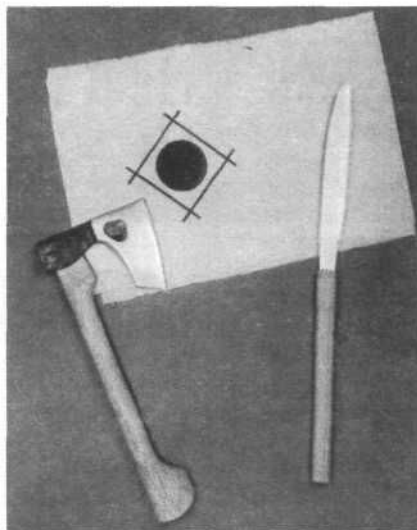
динавского дизайна сохраняется и, будем надеяться, сохранится в будущем.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ЯПОНСКИЙ — ветвь промышленного дизайна, решающее влияние на развитие которой оказали, с одной стороны, национальные традиции формообразования, с другой — экономическая экспансия японских фирм-производителей и, как следствие, широкое использование ультрасовременных технологий, материалов и т.д.

В Японии национальный жизненный уклад исторически формировался в условиях ограниченности пригодной для обработки земли и практически полного отсутствия полезных ископаемых. Как следствие этого большинство предметов обихода, ремесленных изделий отличали предельная простота и универсальность. Традиционные посуда, светильники, столярные инструменты и сегодня смотрятся на удивление современно. Не случайно знакомство с японскими ремесленными изделиями произвело на европейцев и американцев середины прошлого века буквально шокирующее впечатление.

Так, для К. Дрессера это знакомство оказалось, наряду с идеями У. Морриса, основным импульсом для работы в качестве промышленного дизайнера. В первой половине XX века формообразование продукции японских фирм строилось, как правило, исходя из подражания изделиям их американских или европейских конкурентов. Подобная ситуация сохранялась вплоть до середины 1950-х годов, когда резкий подъем производства, освоение внешних рынков («японское чудо») потребовали от производителей формирования «собственного лица» их продукции. К этому времени относится становление японских дизайнерских фирм, работа которых получила два параллельных направления. К первому можно отнести дизайн изделий для «внутреннего» потребителя — традиционных предметов японского быта,

а



б



в



Японский региональный дизайн:

а — традиционные столярные инструменты — топор и пила; б — настольный светильник «Кио». Т. Кито; в — фотоаппарат «Олимпус 3йЗет-300»

выполненных в новых материалах по новым технологиям. Формообразование таких изделий, как правило, продолжает сложившиеся традиции.

Сложнее обстоит дело с продукцией, предназначенной для внешнего рынка. Как правило, к ней относятся объекты, не имевшие в Японии исторических прототипов — автомобили, мотоциклы, электроника, оптика, музыкальные инструменты. В их формообразовании нельзя найти прямой визуальной связи с национальными традициями. Национальный характер проявляется здесь скорее в подходе к проектированию,

основные принципы которого сформулированы крупнейшим японским дизайнером К. Экуаном как «меньшим — большее» (достижение максимального эффекта минимальными средствами) и «простота сложного» (многофункциональность). Впрочем, сегодня можно говорить и о специфическом визуальном облике японской продукции.

РЕКЛАМА: 1) информация о товарах, различных видах услуг с целью оповещения потребителей и создания спроса; 2) распространение сведений о

ком-, чем-либо с целью создания популярности.

Возможности выражения Р. многообразны. Для дизайнера-графика — это плакаты, афиши, листовки, проспекты, рекламные объявления и каталоги, витрины, вывески и др.

Истоки современной изобразительной рекламы можно найти в конце XIX века, проследив ее эволюцию в связи с новыми течениями в искусстве, новыми средствами коммуникации и способами воспроизведения. Так, на смену декоративному стилю «Ар Нуво»

Фирменные торговые знаки

и поискам Тулуз-Лотрека пришла немецкая школа Югендстиль. Эти стили явились мостом, по которому дизайнеры вышли из тупика подражания историческим стилям прошлого.

Вслед за манерой, свойственной импрессионизму (яркая цветовая палитра, неожиданность и изысканность цветовых сочетаний), появились новые методы, используемые в графической Р. К ним относится дизайн, основанный на геометрическом рисунке или на элементах абстракции.

Геометрическая абстракция П. Мондриана и его последователей из голландской группы Де Стил и ассоциативные композиции В. Кандинского оказали заметное влияние на несколько поколений художников Р. В графической рекламе также активно использовались новации сюрреализма, сук-

рематизма, дадаизма. Особый вклад в нее внес «Баухауз», являвшийся средоточием европейского функционализма. Новые типографские стандарты, эстетика рекламного дизайна разрабатывались В. Гропиусом, М. Мейером, Л. Мис ван дер Роэ и др.

В 1920-е годы в Германии появился шрифт «футура», до сих пор являющийся одним из гротесковых шрифтов, широко применяющихся в области графического дизайна. Эти же годы отмечены «взрывом» графической Р. в России. Плакаты стали самым действенным средством агитации, пропаганды и рекламы, которая была и социальна, и художественна. Способом исполнения были лубок и фотомонтаж, игра шрифтов и новая типографика, коллаж и аппликация. Все, что было разработано такими мастерами, как

В. Маяковский, А. Родченко, Эль Лисицкий — органичное сочетание текста и шрифта, фотомонтаж, превращение шрифта в неотъемлемый компонент графической формы, зачатки корпоративной Р., — использовалось впоследствии лучшими зарубежными специалистами, особенно американскими. В американской Р. нашли свое место такие течения в искусстве, как *пол-арт* и *оп-арт*, сюрреализм и дадаизм. Именно в США закладывались фундаментальные основы корпоративного дизайна и фирменного стиля. Но эклектическое направление в рекламе в 1960-е годы сменилось психоделическим, а вслед за этим европейская Р. подняла на гребень волны шедевры польского плаката.

В 1980-е годы мир рекламы был потрясен стилем «Мемфис», отказавшимся от функционального дизайна и предложившим новую свободную *типографику*.

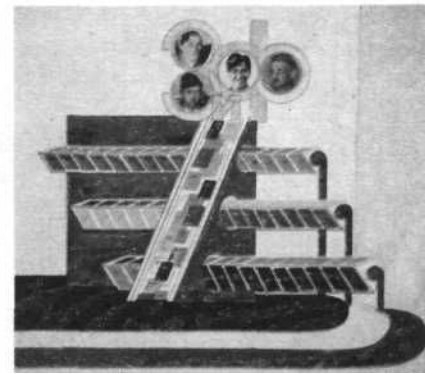
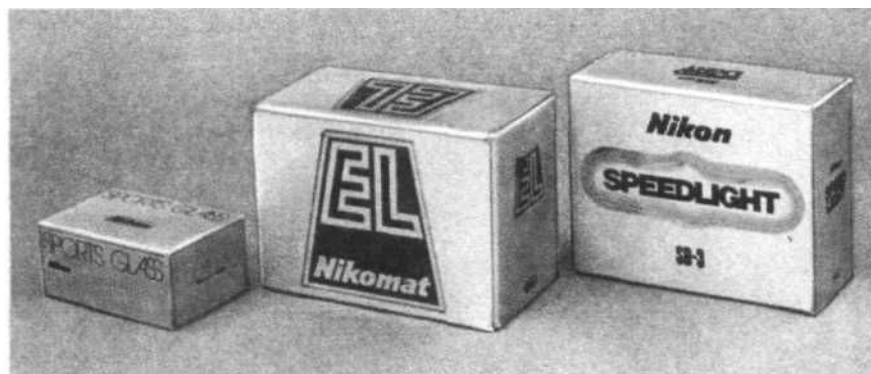
Сегодня американская графическая Р., использующая оптическую и компьютерную технику в соединении с высокими полиграфическими технологиями и ориентацией на потребительский рынок, занимает лидирующее положение в области графического дизайна.

Связь Р. и искусства — либо в использовании произведений искусства, либо в признании, что реклама — это тоже вид искусства. И если кино известно как седьмой вид искусства, то Р. можно считать его восьмым видом.

Дизайн упаковки. Ю. Камикура, Ш. Сугиура. Япония



Движущаяся установка для окна книжного магазина издательства «Земля и фабрика». Эль Лисицкий, 1928



Этот вывод Ж. Биля, президента ассоциации совета по рекламе, как нельзя более подходит к американскому графическому дизайну, переживающему своего рода «рекламный» расцвет.

РЕКРЕАЦИОННАЯ СРЕДА - *средовые объекты и системы, предназначенные для отдыха человека*, восстановления его сил и возможностей после трудовой деятельности, болезни и т.д.

Основные черты Р.с:

— проникновение в другие типы среды, сращивание с ними (комнаты отдыха в гостиницах и общежитиях, площадки отдыха в жилых дворах, бульвары и парки в городской среде, реабилитационные помещения и площадки отдыха в производственных комплексах, спортивные, физкультурные, развлекательные учреждения в общественной сфере, дачные поселки, санатории, дома отдыха как часть природных образований);

— иерархичность структуры, в которой «в основании пирамиды» находятся «частные» специализированные формы рекреации, интегрированные в окружающие их другие типы среды, а «на вершине» — собственно рекреационные крупные комплексы, использующие для своего функционирования подразделения других средовых систем

(жилье как часть санатория, рестораны и зрелищные учреждения в парке и т.п.);

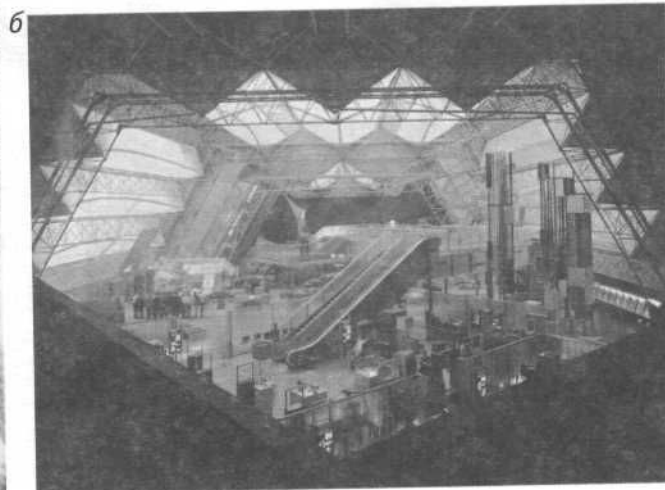
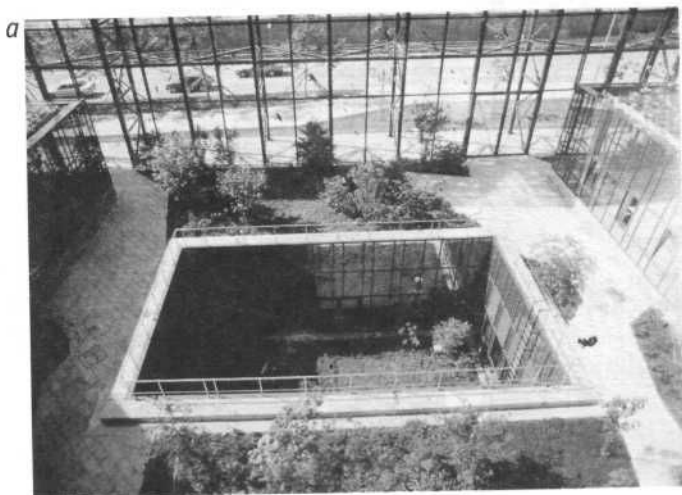
— совместная работа интерьерных и открытых пространств, часто с преобладанием роли последних, тесно связанных с самыми мощными факторами восстановления сил — природными; отсюда обязательное привлечение к организации Р.с. компонентов естественной природы, ландшафтных структур и комплексов — от озеленения отдельных помещений на производстве до устройства охотничьих заказников и туризма в заповедниках и других местах «нетронутой» природы; — активное обращение к формам отдыха, связанным с использованием культурных ценностей (театр, самодеятельность), исторического наследия (туризм, музеи), самообразования (выставочные комплексы), физкультурно-спортивной работой, которые формально относятся к общественной жизни человека, но фактически способствуют разнообразию и полноценности образа жизни в целом.

Однако главным, специфическим свойством Р.с. следует считать ее эмоционально-образную контрастность по отношению к характеру той деятельности, от которой надо отдыхать. Это обстоятельство должно учитываться проектировщиком независимо от типа рекреации и ее масштабного уровня.

Обычно рекреационную деятельность разделяют на две формы: **«активный»** (физкультура, спорт, самодеятельность, любительские занятия) и **«пассивный»** отдых (кино, телевидение, автотуризм), хотя грань между ними довольно условна. Как правило, обе формы, помимо специально отведенных и оборудованных для них пространств, имеют обширную обслуживающую базу, которая сегодня становится все более мощной и технически изощренной (выставочные комплексы, обслуживание рок-культуры, туризма). Разнообразие оттенков эмоционально-художественных характеристик Р.с. — от обстановки массового зрелища до тишины музейного зала, от паркового комплекса до зала игровых автоматов — исключает возможность каких-либо общих рекомендаций по ее формированию; суть работы архитектора-дизайнера в Р.с. — поиск индивидуального образа, индивидуальной системы визуальной организации объекта, максимально отвечающей данной функциональной задаче. Разумеется, при этом не обязателен отказ от выявления «родовых» признаков данной формы среды или данной системы объектов, но это, как правило, в дизайне Р.с. задача второго плана (например, оборудование и компоновка аттракционов может воплощаться в самых разных стилях — от модерна до ретро, но главное в их

Многообразие форм рекреационной среды:

а — площадка отдыха в промышленном комплексе; *б* — выставочный павильон. Брюссель; *в* — стихийная выставка на городской площади. Париж; *г* — свето-звуковое шоу на Акрополе. Афины



дизайне все равно собственно аттракцион — система зеркал в «комнате смеха», тележки и путь в «американских горках» и т.д.).

В последние годы наметились несколько направлений в функциональной и предметно-пространственной организации Р.с.:

- выделение зон для «ничегонеделания», свободного выбора разных форм «спокойного», незапрограммированного поведения (прогулка, созерцание, беседа и т.п.), контрастирующих с-спряженной атмосферой городского образа жизни;

- внедрение в содержание отдыха игрового начала, предопределяющего вовлеченность потребителя в процесс, заинтересованность в его результате, что практически отключает человека от привычных забот;

- открытое или скрытое программирование рекреационной деятельности, своеобразная «композиция» соответствующих процессов (маршрут движения на выставке, сценарий городского праздника и пр.);

- сочетание в практике проектирования специализированных рекреационных «мини-пространств», вошед-

ших в среду другого назначения, с крупными рекреационными комплексами, где в необходимой пропорции представлены разные формы отдыха — от зоны массовых развлекательных устройств до садово-парковых композиций с минимальной посетительской нагрузкой;

- активное использование различного рода «временных», мобильных форм дизайна, обслуживающих эпизодические или периодические события в жизни города или района (праздники, ярмарки, выставки и пр.), как правило, основательно преобразующие привычный облик исходной среды.

Рекреационные процессы всегда играли важную роль в жизни человека и общества, но специальная «постоянно действующая» Р.с. стала формироваться как самостоятельная общедоступная инфраструктура практически лишь с XIX века (развитие сети публичных библиотек, клубов, озелененных пространств в городах). Особенно мощный рост рекреационного комплекса наблюдается в последние 50 лет, что связано с повышением напряженности производственного труда, перегрузками в образе жизни, с одной стороны, и с повышением уровня общественного благосостояния, ограничением длительности рабочего дня, увеличением продолжительности отпусков и т.д. — с другой. В результате «индустрия развлечений», «индустрия туризма», спортивный бизнес стали самостоятельными и существенными факторами современной экономики, что в свою очередь подхлестнуло «рекреационный бум» во всех сферах жизни, в том числе в средовых построениях.

Последствия этого противоречивы — с одной стороны, происходит дальнейшее раскрепощение человека, улучшается его здоровье, повышаются творческие потенции, с другой — уродливо меняется ценностная ориентация в общественном сознании, возникают нежелательные нормы общественного поведения.

Представляется, что сегодняшняя тенденция «сверхспециализации» рекреационных процессов, их фетишизация, демонстративное отмежевание от производительной деятельности относительно временны, и по мере дальнейше-

8



2



го развития общества должно установиться определенное равновесие между самостоятельными формами Р.с. и ее объектами, интегрированными в другие типы среды. Причем именно путь интеграции, обогащения производственной, жилой, общественной сферы «рекреационными» включениями выглядит наиболее перспективным.

РЕТРО — стиль, основу которого составляет нарочитая имитация форм, характерных для стилей прошедших эпох.

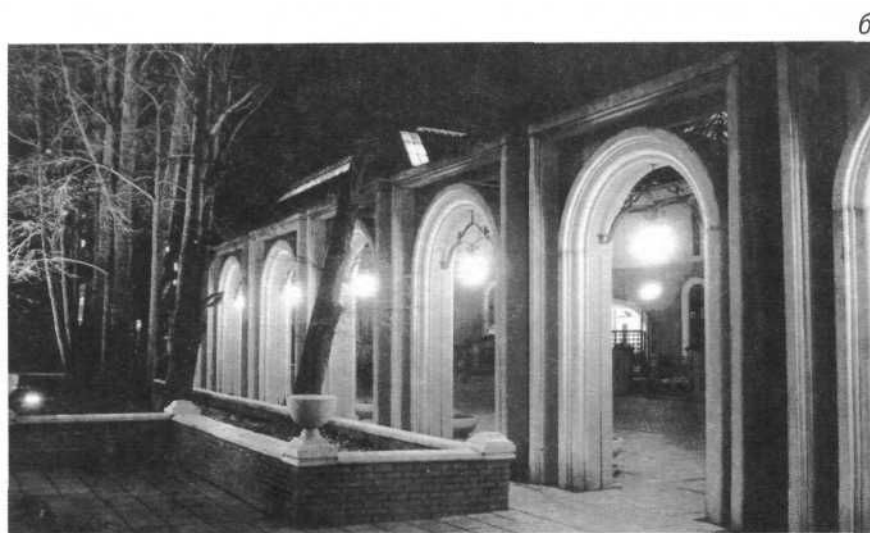
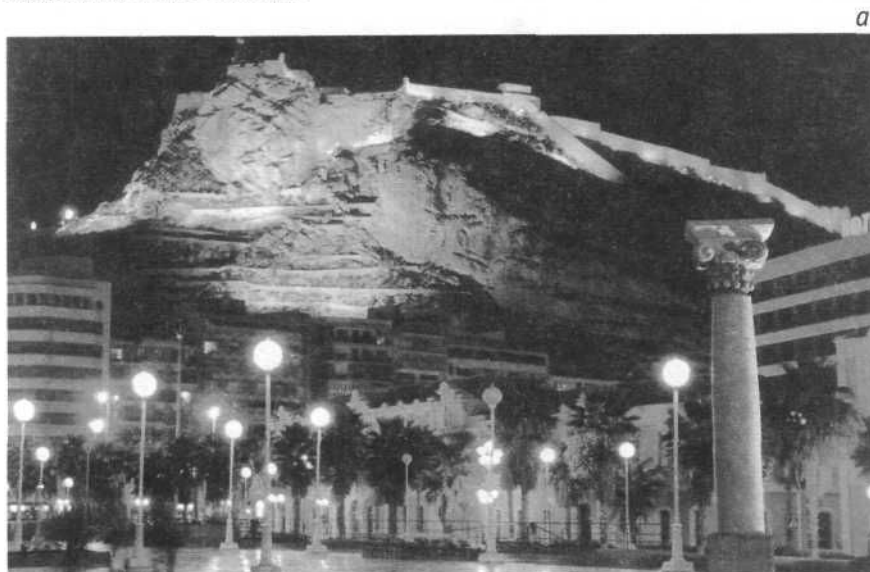
Принадлежащее скорее не дизайну, но стайлингу, формообразование в этом стиле явилось реакцией на безликость массовой продукции, следовавшей голому функционализму. Подобно постмодернизму «ретро» обращается к истории, но отличается от него более формальным «внешним» подходом. В промышленном дизайне «ретро», как правило, ограничивается сферой изделий для быта либо оборудованием общественных интерьеров.

Стиль «ретро»: настольный светильник «Ватра», 1978



СВЕТОЦВЕТОВАЯ СРЕДА - воспринимаемая зрением, т.е. освещенная окружающая природная и архитектурно-пространственная среда. При дневном и, отчасти, сумеречном зрении, когда функционируют цветовоспринимающие рецепторы (колбочки) сетчатки глаза, «светоцветовая» и «световая» среда — синонимы; при ночном зрении, когда цвет не воспринимается глазом, можно говорить лишь о световой среде.

Светоцветовая среда: а — г. Аликанте, Испания — функциональное освещение формирует светопространство центральной площади, освещение замка на горе образует ландшафтную светопанораму; б — аркада в Лаврушенском переулке в Москве, синтез функционального и декоративного видов освещения



С.с. может иметь два состояния освещения - **естественное** и **искусственное**, и два вида пространственной организации — **интерьерная** и **экстерьерная**. В дневное время, когда освещение носит «космический», «тотальный» характер, при котором в экстерьере все объекты, формирующие среду, и все точки пространства освещены равноценно — С.с. практически гомогенна. В интерьерах дневная С.с. определяется системой их естественно-

го освещения — бокового (окна), верхнего (фонари) или комбинированного (окна и фонари), а именно, количеством и соотношением проникающего в интерьер прямого света неба (и солнца) и света, отражаемого землей и фасадами зданий, а также внутренними поверхностями интерьера, что зависит от суммарной площади и конструкции остекления, расположения и формы светопроемов, отражательных характеристик материального окружения и т.д.

При переходе к искусственному освещению С.с. в интерьерах по воле дизайнера, архитектора может буквально или ассоциативно воспроизводить дневную по своим цветоцветовым и эмоционально-образным параметрам (уровни освещенности, распределение световых потоков, контрасты светотени, цветность и динамика освещения, светонасыщенность и «солнечность» интерьера) или радикально, до неузнаваемости изменяться. В открытых пространствах в ночное время нет теоретической и практической возможности сохранить дневное состояние С.с. — в окружающей «космической» тьме отсутствует «тотальный» свет неба, и функционально необходимая в современном городе С.с. создается системами искусственного освещения избирательно, фрагментарно, в приземном слое архитектурных пространств, в эксплуатируемых зонах транспортного и пешеходного движения, скоплений людей или производства работ, где освещается поверхность земли с дорожными покрытиями и фасады некоторых объектов, формирующих эти пространства. Таким образом объективно существующее и физически не изменяющееся при переходе от дня к ночи непрерывное пространство города становится системой дискретных, относительно небольших по размерам и определенным образом взаимосвязанных светопространств. Каждое из них образовано излучением одного или нескольких источников искусственного света и его отражением поверхностями земли и материальных объектов. Поэтому искусственная С.с. города — это гетерогенная по своим параметрам система «наполненных» разнотональным светом «обитаемых», сомаитабных человеку, обладающих зрительно-образной спецификой архитектурных или функциональных пространств.

Качества С.с. в интерьере и городе оцениваются условиями видимости, необходимой для той или иной зрительной работы, степенью визуального комфорта и зрительной экологии, художественной выразительностью цветоцветовой композиции и, как результат, психологической атмосферой, создаваемой излучаемым светом разнотональных источников, работающих в статическом или динамическом режиме, и отраженным светом полихромного окружения.

СЕМАНТИКА СРЕДЫ - *специфическая функция среды как внеязыкового культурного текста, обладающего информациональной, просветительной ролью и являющегося элементом культуры и свидетельством истории.*

В последние годы изучение семантических аспектов среды стало одним из центральных разделов теории дизайна, исследующей проблемы культурной сущности и значения предметно-пространственных форм, смысловой структуры и места объектов, элементов среды в общем культурном контексте.

Применение общей теории знаков — семиотики — придало исследованию семантических проблем среды новый импульс. Исследователями изучается само существо и происхождение знаков, носителем которых является среда, а также сущность и происхождение информации, переданной посредством этих знаков. В таких рабо-

тах прослеживается стремление строго и с учетом специфики связать объекты и явления предметно-пространственной среды с понятиями семантики. Одним из способов соотношения реальности архитектурных и дизайнерских объектов в понятиях пространства и среды с вербальной реакцией наблюдателя стал метод «семантического дифференциала», при котором фиксируются оценки наблюдателя по ряду предложенных ему бинарных оппозиций.

Одно из важных направлений изучения С.с. — выявление стихийного символизма форм предметного окружения, складывающегося в процессах функционирования современной культуры. В этом направлении работал американский архитектор Р. Вентури, который совместно с Д. Скотт-Браун и Д. Изентуром опубликовал книги «Уроки Лас-Вегаса» (1972) и «Уроки Левиттауна» (1971). В первой исследована коммерческая символика «главной улицы» американского города; во второй — символы социальной принадлежности и самоутверждения, которые вносят в жилую среду обитатели «субурбии», разрастающейся вокруг крупных городов США. Наблюдения Р. Вентури и его соавторов имели прямое влияние на развитие *постмодернизма* в архитектуре и дизайне.

СЕМЕЙСТВО ИЗДЕЛИЙ - *совокупность изделий одного производителя, объединенных общностью конструкции и близостью функций.*

Семейство автомобилей повышенной проходимости «Сузуки-Самурай»



Изделия, входящие в семейство, могут различаться своими целями — обеспечение оптимального функционирования в различных условиях, обслуживание различных стадий одного производственного процесса, удовлетворение различных групп потребителей.

СЕРИЙНЫЙ ТЕКСТ - в графическом дизайне — это совокупность нескольких текстов, предназначенных для решения одной практической задачи, близких по содержанию и обладающих значительным формальным сходством. При этом важно, чтобы каждый текст, входящий в серию, создавался и воспринимался именно как элемент серии.

Серии могут составлять такие продукты графического дизайна, как плакаты, упаковки, рекламные объявления, открытки и т.п.; сериями являются системы знаков (дорожные, техники безопасности, туризма и др.); сложную серию представляет собой такой продукт графического дизайна, как *фирменный стиль*. Распространение принципа серийности во многом связано с развитием методов комплексного проектирования, характерным в настоящее время для дизайна в целом.

Визуальная коммуникация во всех своих формах проявления неизбежно обращается к принципу серийности. Обращение художников к Ст. связано с рядом существенных факторов: со стремлением увеличить разнообразие текста, разносторонне раскрыть тему, показать процессы, протекающие во времени, идентифицировать объекты фирменного стиля и др. Технические и технологические возможности полиграфии и фотографии раскрыли дополнительные художественные эффекты. Современное оборудование мастерской дизайнера-графика — фотонаборная машина, комплекты шрифтов и пленок — по своим техническим возможностям хорошо приспособлено для быстрого воспроизведения оригинала в различной манере, в различном цвете и масштабе, т.е. именно для осуществления серийной типо- и фотографии.

Художественный язык таких направлений в искусстве, как оп-арт, кинетическое, серийное мультипли, компьютерная графика и др., практически ассимилирован графическим дизайном. Для него характерны цикличность, смена состояний произведения во времени, программность решения — все, что естественно образует серию, складывается на стадии, фазы и т.п.

Е.В. Черневич в книге «Язык графического дизайна» выделяет три уровня анализа серийных текстов: 1 — уровень сегментов, из которых складывается каждый отдельный текст серии; 2 — уровень отдельных текстов серии; 3 — уровень серии (как целого), состоящий из текстов. Каждый сегмент автор характеризует пятью признаками: формой, положением, размером, цветом и техникой исполнения. В литературе по графическому дизайну и современному искусству часто применяется понятие **программы**, а само построение текста-серии понимается как программирование.

СЕРИЯ — *партия одинаковых изделий, изготовленных промышленным способом*. В зависимости от ее размеров производство делится на мелкосерийное, крупносерийное и массовое. Размер С. значительно влияет на технологию производства изделия, его конструкцию и себестоимость, а также характер экологического и эстетического воздействия изделия на среду.

СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАКАЗ в средовом дизайне — *требования, выдвигаемые обществом, его социальными группами, которым должна удовлетворять среда*.

Именно смена С.з. является движущей силой процессов преобразования среды человеком. По мере изменения общественных условий, видов деятельности, эстетических взглядов и критериев в обществе возникает потребность в адекватном изменении среды его существования. Дизайнер, архитектор, реализуя личные творческие стремления, ищет ответы на предъявленные ему в той или иной форме общественные запросы. Сте-

пень соответствия авторских предложений преобразования среды сложившемуся настроению общества и синхронизации преобразовательных процессов с эволюцией С.з. в значительной степени определяют общественное признание работы.

С.з. может быть выражен явно, в виде различного рода текстов, деклараций, вербальных суждений, или скрыто — в форме деятельностных процессов и психолого-поведенческих стереотипов *образа жизни*. Поэтому важной формой выявления С.з. в средовом дизайне является *предпроектный анализ*, который должен конкретизировать и отразить в *дизайн-концепциях* развития среды не только традиционно устоявшиеся взгляды на качество и формы какого-либо средового объекта, но и их перспективные особенности.

Существенное значение характеристик С.з. приобрели в проектной практике постмодернизм и другие современные направления средоформирования. Проектирование с участием потребителя (партиципация), «защитающее» планирование, «арбитражное» проектирование, альтернативные волюнтаристским проектным решениям, направлены на выявление и максимальный учет в процессе средовых преобразований подлинного отношения потребителя к среде данного типа.

СРЕДОВАЯ СИСТЕМА - *организационная или функциональная общность разнесенных в пространстве средовых объектов (фрагментов среды) одного класса, близких по назначению, типологии, но разделенных средовыми образованиями принципиально другого типа* (разделенная улицами и домами система жилых дворов в жилом районе, система станций и путей в транспортной инфраструктуре, сеть разбросанных по городу фирменных магазинов и т.д.).

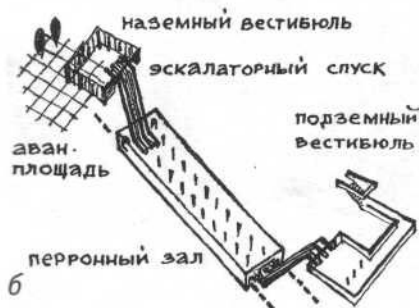
Чересполосица средовых состояний в С.с., вызванная резкой сменой функций в рядом лежащих точках пространства, реализуется и в пространственной, и в предметной структурах среды. При этом протяженности, территории, разделяющие однотипные эле-

менты систем, которые обслуживают процесс, собирающий систему в общность (дворы, магазины, остановки), могут принадлежать как самой системе (перегоны в линии метрополитена), так и «фоновым», не входящим в систему структурам (уличная сеть как средство подвоза товара к магазинам).

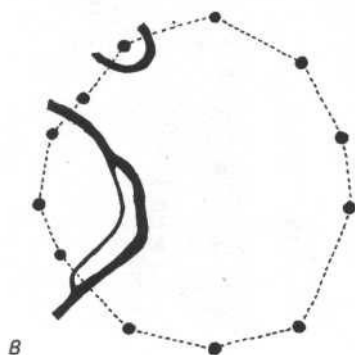
Различают С.с. площадного (территориального) характера — промышленные зоны, парки и т.п. — и имеющие сетевую структуру, например, транспортные. Первые задумываются



а — зона ожидания, зона передвижения, зона ожидания



б



в

Средовые объекты и системы:
а — «элементарный» фрагмент среды (перронный зал станции метро); б — «составной» (комплексный) средовой объект — станция метро; в — крупная средовая система (кольцевая линия метрополитена в Москве)

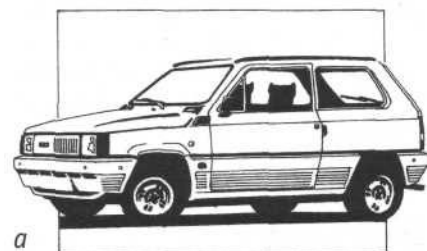
как самостоятельные функционально-образные композиции, выделяющиеся в «фоновой» средовой ткани. Вторые обычно имеют более сложную эстетическую основу — с одной стороны, каждый структурный элемент сети должен доказать его принадлежность к этой сети, с другой — отразить своеобразие той части более крупного средового образования, где этот элемент размещен (так, каждая станция метро должна раскрыть свою связь с другими станциями данной линии и обладать чертами неповторимости местного колорита, позволяющими пассажиру легко ориентироваться по пути следования поезда).

СРЕДОВОЙ ОБЪЕКТ — целостное средовое образование, характерное органичным единством пространственных условий, предметного наполнения и особенностей процесса, для которого оно предназначено.

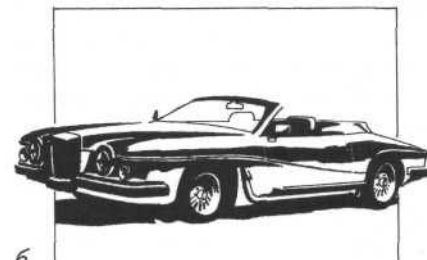
Как правило, Со. имеет сложное строение, включая ряд Со. меньшего ранга и более узкого назначения, каждый со своими параметрами пространства и оснащения (например, здание — группа помещений этого здания — отдельное помещение — фрагмент помещения), будучи при этом частью более крупной средовой структуры или цепочки структур («улица — район — город»).

В отличие от средовых систем последовательность Со., принадлежащих к общей структуре, связана с относительным единством природы их ведущих слагаемых, прежде всего с непрерывностью, «перетеканием» пространственной основы. Морфологически различаются **узловые** (локальные, компактные) и **линейные** (вытянутые вдоль одной оси) Со., каждый со своими особенностями архитектурно-дизайнерского проектирования; другие типы классификаций (по степени развития, функции, масштабу и пр.) (см. предметно-пространственная среда, среда).

СТАЙЛИНГ — художественно-проектная деятельность, направленная на формирование коммерчески выгодно-



а



б

Стайлинг и комплексный дизайн, сравнение:
а — комплексный дизайн, автомобиль «ФИАТ-панда». Дж. Джуджарро, 1979; б — пример стайлинга, автомобиль «Стутц-Беаркэт II», 1985

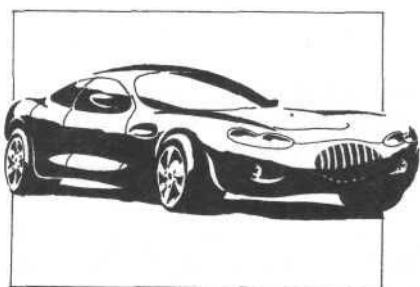
го внешнего решения объекта, но не затрагивающая его технологических качеств (во всяком случае сознательно, с целью их улучшения). В этом ее отличие от дизайнерского подхода, рассматривающего факторы технической целесообразности (эргономику, требования технологии, эксплуатации и т.д.) в качестве инструмента художественного творчества.

Из всех видов формообразующего творчества С. наиболее тесно связан с модой и, как следствие этого, его течения, как правило, недолговечны. В отдельных случаях С. может воздействовать на производственные и потребительские качества даже отрицательно. Примером этому может служить творчество американских автомобильных стилистов 50—60-х годов XX века (см. Х. Эрл).

СТАФФ-ДИЗАЙНЕР — художник-конструктор, работающий в отделе дизайна предприятия или фирмы-производителя. Диапазон объектов творчества С.-д., как правило, ограничивается производственным профилем фирмы-рабо-

тотателя. Впрочем, возможны и варианты — так, Р. Лоуи в конце 1930-х годов не только возглавил собственное дизайнерское бюро, но и работал стафф-дизайнером корпорации «Вестингауз Электрик».

СТИЛИЗАЦИЯ — формирование визуального образа изделий путем использования внешних признаков выбранного дизайнером стиля. С. используется для сознательного выделения изделия из ряда аналогов в коммерческих целях (см. *Стайлинг*), а также для лучшего включения изделия в тот или иной средовой контекст.



Стилизация автомобиля «Крайслер-300», 1990, под спортивные модели 1950-х

СТРУКТУРА ВИЗУАЛЬНОГО ТЕКСТА

(в графическом дизайне) — различные геометрические формы, шрифтовые композиции, как правило, беспредметные ситуации, в которых скрыто содержание визуального текста через соотношение и порядок элементов (непрерывность, ритм, симметрию и т.д.). Эти пространственные и цветовые отношения, будучи вычлененными из графической композиции, являются смыслообразующими элементами сообщения.

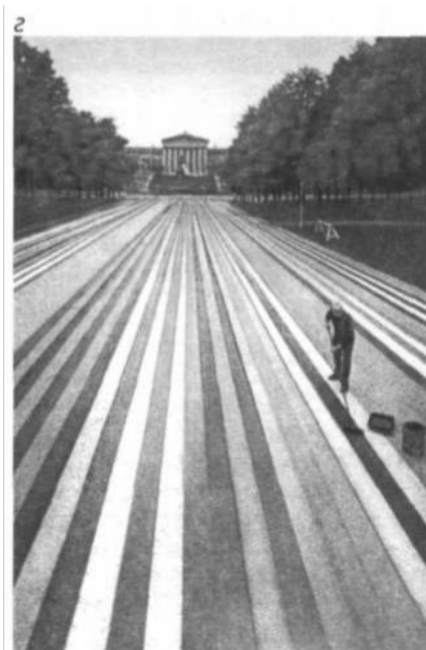
При освоении специфики профессиональных средств дизайнеры-графики выявляют совершенно новые возможности их использования и выдвигают новые задачи визуальной коммуникации. Владея азбукой визуальных форм и организацией таких композиционных состояний, как «равномерное—неравномерное», «сгущенное—разреженное», «уравновешенное—неуравновешенное», «симметричное—несиммет-

ричное» и других, дизайнеры-графики осуществляют визуализацию сложных тем и абстрактных понятий, которые раньше были вне их поля зрения.

СУПЕРГРАФИКА — изобразительное решение, «наложенное» на самостоятельно существующий объемно-пространственный объект (сооруже-

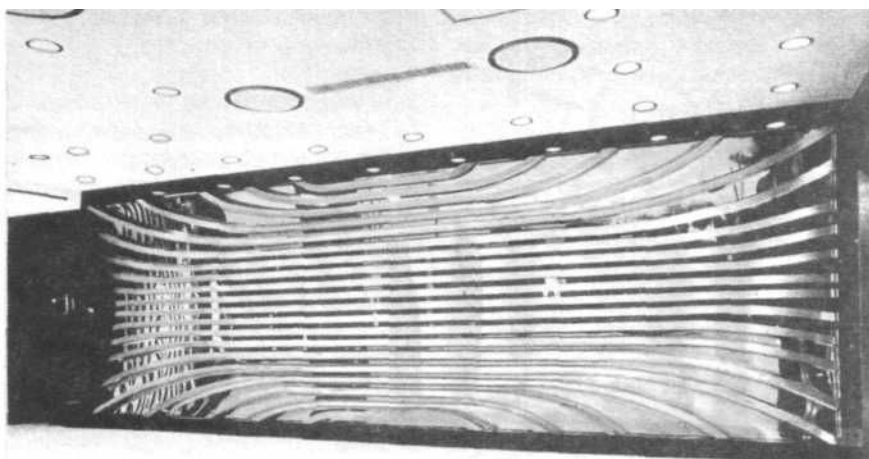
ние, изделие, поверхность), основанное на контрастном или согласованном взаимодействии структурно-морфологической базы изображения, вызывающем визуальное ощущение принципиально новой формы или пространства.

С. все чаще используется в формировании гармоничной, комфортной



Суперграфика:

а — графическое панно на станции метро. Ганновер; *б* — декоративный бассейн и роспись вентиляционной шахты, плато Дефанс. Париж; *в* — административное здание в Портленде. США, М. Грейвз; *г* — полихромия пешеходной аллеи, Вашингтон. США



а



б



среды обитания человека, в том числе

Пространственная графика:

а — оформление сцены. К. Нагаи. Япония; б — искусственный ландшафт площади Аделаиды. О. Хайек, 1973

Особой формой С. можно считать *пространственную графику* — специфическое соединение собственно графических средств и возможностей с выразительностью пространственной основы в театральной декорации, городской среде или в интерьере.

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД (в средовом проектировании) — *построение пространственно-поведенческого сценария использования человеком среды с «привязкой» стабильных элементов среды к вариантам реализации заданного вида деятельности.*

ее колористики на различных масштабных уровнях.

С, видимо, была подсказана человечеству природой (некоторые принципы окраски живых организмов), которая предлагает остроумные приемы расчленяющей окраски (соотношение с природным фоном, динамичный цветовой контекст, оптическая нейтрализации объемов и др.).

В промышленности и на транспорте, например, широко используется прием окраски в контрастные цвета, например «зебры» для шлагбаумов, переходов, ограждений и т.д.

К стабильным элементам среды относятся: планировочные константы средовой ситуации (узлы, оси, архитектурные доминанты), обладающие постоянством в пространстве и времени процессы (маршруты движения людей, технологические цепочки). Возможности реализации включают частные преобразования пространственной основы, декоративного убранства, «событийные» дополнения, техническое переоснащение и т.д. Но главным в С.п. является организация по законам композиции собственно процесса деятельности, хода события, которые и определяют их предметно-пространственную атрибутику.

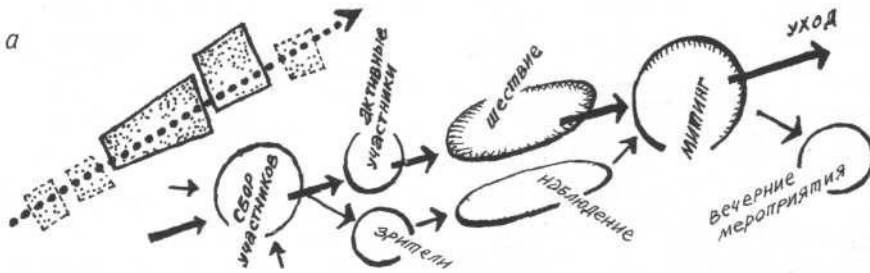
Построение сценария соединяет характер события и эмоциональный потенциал среды, что подсказывает два подхода к сценарному проектированию: 1) по принципу **«хронометрирования»**, который предусматривает последовательное ритмизированное раскрытие структуры действия во времени и движении (проектирование экспозиций, торговых пассажей и пр.); 2) по принципу **«кульминации»**, когда подчеркивается и во времени, и в пространстве доминантный элемент композиции (культовые сооружения, спортивные праздники и др.). Большинство сценарных разработок, как правило, соединяет оба принципа.

Составление сценария завершается подробной проработкой его элементов — **мизансцен**, которые моделируют единство данного фрагмента пространственной ситуации и отрезка общего действия через их детали — функциональные формы оборудования, колорит, элементы ритуала и пр.

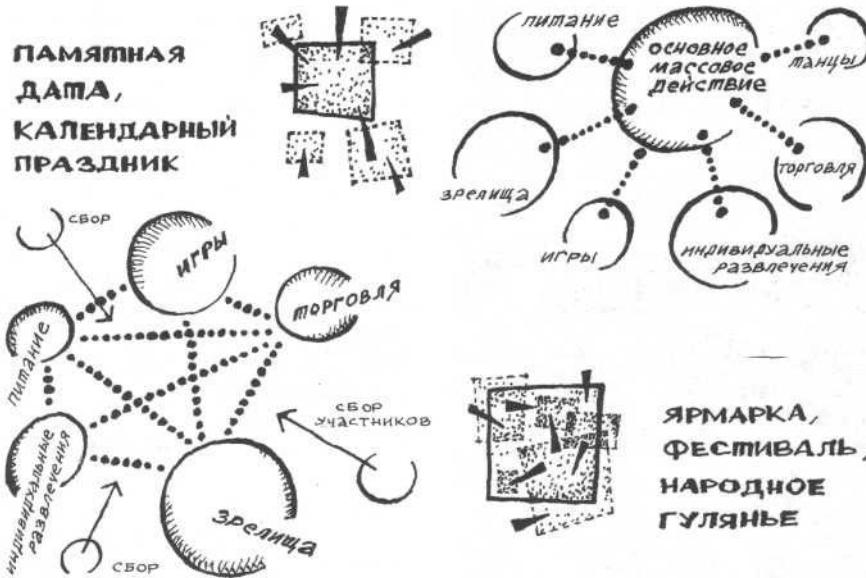
В последние годы С.п. все шире применяется не только для оформления среды уникальных событий, но и для совершенствования, театрализации рутинных функциональных процессов (транспортное обслуживание, торговля, жилищная сфера).

«ТЕАТРАЛИЗАЦИЯ СРЕДЫ» - *вне-сечение в эмоционально-художественный и материально-физический строй среды атмосферы игры, неоднозначности трактовки обстоятельств и линий поведения, образно-композиционной ориен-*

ПАРАД, ШЕСТИЕ, ДЕМОНСТРАЦИЯ



ПАМЯТНАЯ ДАТА, КАЛЕНДАРНЫЙ ПРАЗДНИК



тации на ее условно «зрелищное» восприятие.

Проявлениями Т.е. может быть:

- целенаправленная сценография среды как места проведения зрелищных мероприятий, праздников, ярмарок, фестивалей;

- способность среды служить, благодаря ярко выраженному художественному образу, «духу места», активным декорационным фоном реальных жизненных процессов; пробуждать в посетителе активное творческое состояние;

- театрализация архитектурной формы, игра с архитектурной традицией, резко повышающая выразительность облика среды.

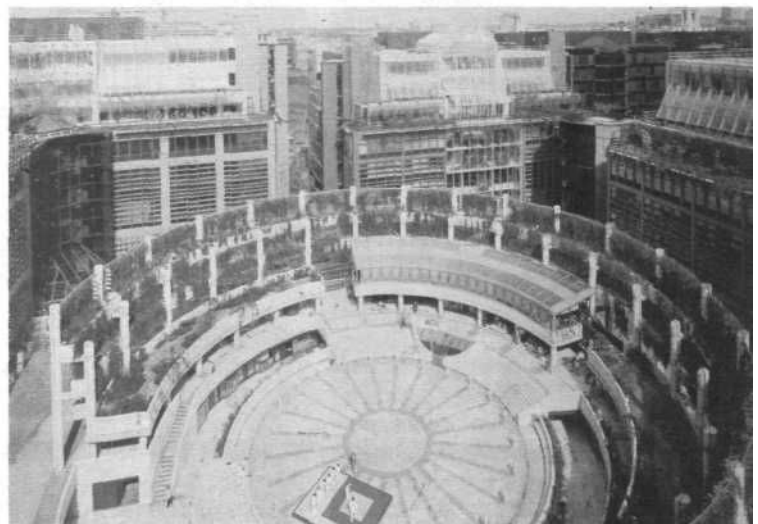
Т.е. известна с древнейших времен, когда массовые игрища, культовые обряды сопровождались изменением, приспособлением природной или созданием искусственной среды, соответствующей ритуальному действию. Т.е. как создание декораций для некоторых видов человеческой деятельности нашла воплощение в культовых сооружениях Древнего Египта, античных ансамблях, в готическом храме, французских парках и т.д.

Т.е. особенно актуальна в различ-

б



в



ных течениях современной архитекту-

Театрализация среды:

а — функционально-пространственные схемы (принципы мизансценирования) мероприятий разного типа; б — оформление торговли на празднике искусств. Таллин; в — театральный центр в городском квартале. Лондон

ры как следствие развития некоторых ситуаций в культуре и «обезличивания» среды в условиях индустриально-массового производства. Здесь Т.е. становится способом повышения ее эмоционально-художественного потенциала, ликвидации анонимности и безадресности авторского архитектурного высказывания путем дальнейшего развития семиотики архитектурного языка как принципа эстетического кодирования; это ведет, в конечном счете, к повышению жизнестворческой активности населения.

Методы Т.е. включают считывание и анализ существующих, в том числе исторических, прецедентов средовых произведений, отвечающих критериям Т.е., поиск и апробирование новых способов театрализации в каждой конкретной ситуации, предполагают исследование аналогичных художественных задач и путей их решения в других видах искусств и типах творческой деятельности.

Ближайшая к деятельности архитектора-дизайнера параллель — творчество театрального художника, сценографа, режиссера театра, кино, так или иначе связанное со сценарием, драматургией процесса, мизансценированием. Использует Т.е. и достижения родственных видов искусства, например, метафорический язык «постмодерна» в архитектуре, мотивы поп-арта, концептуального изобразительного искусства; широкое распространение получили «перформансы», возникшие на стыке театра и изобразительного искусства, инсталляции как новый вид экспонирования.

Применяются и специфические функционально-пространственные подходы. Например, создание в городе персонифицированных центров и зон социальной активности, представляющих собой многофункциональные средовые (часто климатизированные) образования, обладающие способностью символизировать духовную общность горожан, обеспечивая возможность самых разнообразных незапрограммированных форм поведения.

ТИПОГРАФИКА (англ. *tipografy* — книгопечатание, оформление книги) — особый вид графики, использующий

изобразительные возможности различных «типоэлементов» шрифта, акцидентного набора, иллюстраций.

Термин является русским вариантом интернационального понятия, возникшего на рубеже веков в области графики.

1920-е годы, отмеченные становлением массовой культуры, прогрессом фотографии и развитием полиграфии, становятся благодатной почвой для развития Т. «Новые типографы» (К. Швиттерс, Эль Лисицкий, А. Родченко и др.), отмечая декоративное равновесие и инертное заполнение шрифтового поля листа, выдвинули лозунг: «Никогда не делай так, как это делал кто-то до тебя». Зрительный образ 1920-х и начала 1930-х годов немыслим без вертикальных, ступенчатых, косых строк, составляющих основу напряженной графической конструкции. Для футуристов, дадаистов, конструктивистов Т. была не просто рекламной уловкой, но и пластическим принципом, условием выразительности, патетическим символом эпохи.

Сохраняя основные принципы, заложенные в 20-е годы прошлого века, Т. в настоящее время превратилась в основной метод дизайнера-графика, работающего над оформлением печатной продукции, причем объектом

Типографика: Изображение на переплете книги. Э. Рудер, М. Жуков, 1982



оформления является словесный текст, составленный по законам композиции шрифтового дизайна, а основным средством и техникой — наборный шрифт и монтаж. Таким образом, Т. можно рассматривать как искусство экспозиции готовых графических форм в реальном пространстве листа или книжного блока.

Область применения Т. весьма обширна: плакаты и книжная графика, образцы промграфики и системы визуальных коммуникаций, торговая реклама и пр.

ТИПОЛОГИЯ ВИДОВ И ФОРМ СРЕДЫ — системное расчленение совокупности окружающих человека средовых ситуаций на характерные стереотипы, составление их закономерно организованной последовательности (классификации) по ведущим для данного класса (ряда объектов) критериям.

Наиболее существенны для понимания феномена «среда» следующие типологические классификации, позволяющие архитектору-дизайнеру сознательно и творчески относиться к ее формированию: **функциональная** (производственная среда, жилая, рекреационная, общественных зданий и сооружений и т.д.); деление **по пространственным признакам** (открытые пространства, городская среда, интерьер); **по степени завершенности формирования, по ведущим геометрическим признакам.**

Однако следует помнить, что ни одна из частных классификаций или типологических схем не в состоянии описать свойства среды во всей сложности ее проявлений. Для этого необходимо их совместное рассмотрение и сопоставление.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК - вид промышленной графики, применяемый торговыми фирмами в качестве средства для идентификации своих изделий или услуг.

Т.з. должны выполнять следующие функции: а) облегчать восприя-

тие различий или создавать эти различия; б) давать товарам названия; облегчать опознание товара и запоминание товара; указывать на его происхождение; сообщать информацию о товаре; стимулировать желание купить.

Т.з. могут быть слова, буквы или числа; рисунки, композиции или любые другие графические изображения; комбинации слов и изображений. Кроме того, Т.з. могут состоять из словесных или изобразительных символов, которые дают представление о каком-либо хорошо знакомом предмете, образующем часть культурной среды предпринимателя и потребителя. Есть, однако, Т.з., которые не представляют собой символы широко

известных предметов, независимо от того, являются они словесными или изобразительными. Такие знаки можно считать самостоятельными предметами и даже произведениями абстрактного искусства.

Понятие «**изобразительные знаки**» относится либо к таким знакам, в которых вообще отсутствуют слова, либо к словесным знакам со специальным рисунком. В этом случае большое значение имеет как форма, так и содержание знака.

К «**буквенным знакам**» относят специальную категорию знаков, образованных сочетанием букв. В этом случае дизайнер использует буквы для изображения форм, характеризующих изделие.

ТРАНСПОРТНЫЙ ДИЗАЙН - проектирование средств транспорта — воздушного, водного, наземного рода (от автомобилей до рельсовых видов), транспортеров, трубопроводов, лифтовых и эскалаторных устройств и соответствующих информационных, сервисных и управляющих инфраструктур; неотъемлемая часть более обширной сферы дизайн-проектирования транспортной среды.

Одна из областей дизайна, где максимально тесно переплетены интересы инженерно-технического и научного творчества и функционального, коммерческого обслуживания населения, что предопределяет особую роль Т.д. в развитии цивилизации. С одной

Транспортный дизайн:

а — эскалатор у входа в общественный центр. Вена; *б* — лондонский двухэтажный автобус, модернизация 1959 года; *в* — конструктивно-дизайнерская проработка узлов рамы современного велосипеда; *г* — проект круизного «плавающего острова» «ISLAND-AZ». Франция



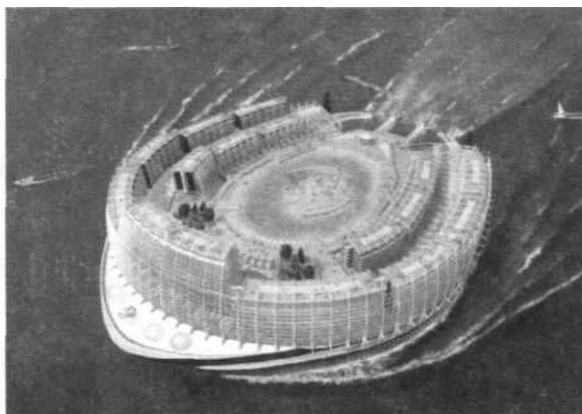
а



б



в



г

стороны, он является своего рода генератором идей научно-технического прогресса, использующего новейшие достижения металлургии, механики, электроники, химии, машиностроения, эргономики в деле обеспечения эффективности и безопасности работы транспортных средств. С другой — активность визуальных решений Т.д., его эстетических ориентиров, фиксирующих в образной форме особый дух «владения скоростью», оказывают неоспоримое воздействие на формирование всех видов дизайна. Третье — вызванное массовым развитием средств транспорта изменение образа жизни человека привело к коренным переменам в человеческой психике, которые воплотились в организационные формы общественных отношений современного мира.

Масштабность, необратимость, кардинальность трансформаций образа жизни, вызванных бурным развитием транспорта, сделали Т.д. одной из ведущих сфер современной проектной культуры, привлекли сюда лучшие силы дизайнеров-художников — У. Тиг, Р. Лоуи, Л. Колани, Ф. Порше, Х. Эрл, — работы которых стали своего рода символом дизайна XX века.

Профессионально Т.д. делится на два обширных крыла — самостоятельно движущиеся экипажи и устройства и интегральные транспортные установки, соединяющие в одном объекте элементы мобильные (лента транспортера, контейнеры трубопроводной связи и пр.) и несущие их неподвижные конструкции и сооружения (каркас эскалатора, рельсы фуникулера и т.п.). Обширность и специфика задач проектирования средств транспорта, от компоновочных до графического совершенствования облика заданных техническими схемами машин и механизмов, определяют разброс профессиональных интересов и образовательных технологий в Т.д.

Очевидно, что неизбежное дальнейшее развитие Т.д. — появление новых видов местного и скоростного транспорта, вплоть до космических, механизация перемещения сырья, товаров и услуг в производственной и общественной сфере, необходимость информационного и сервисного об-

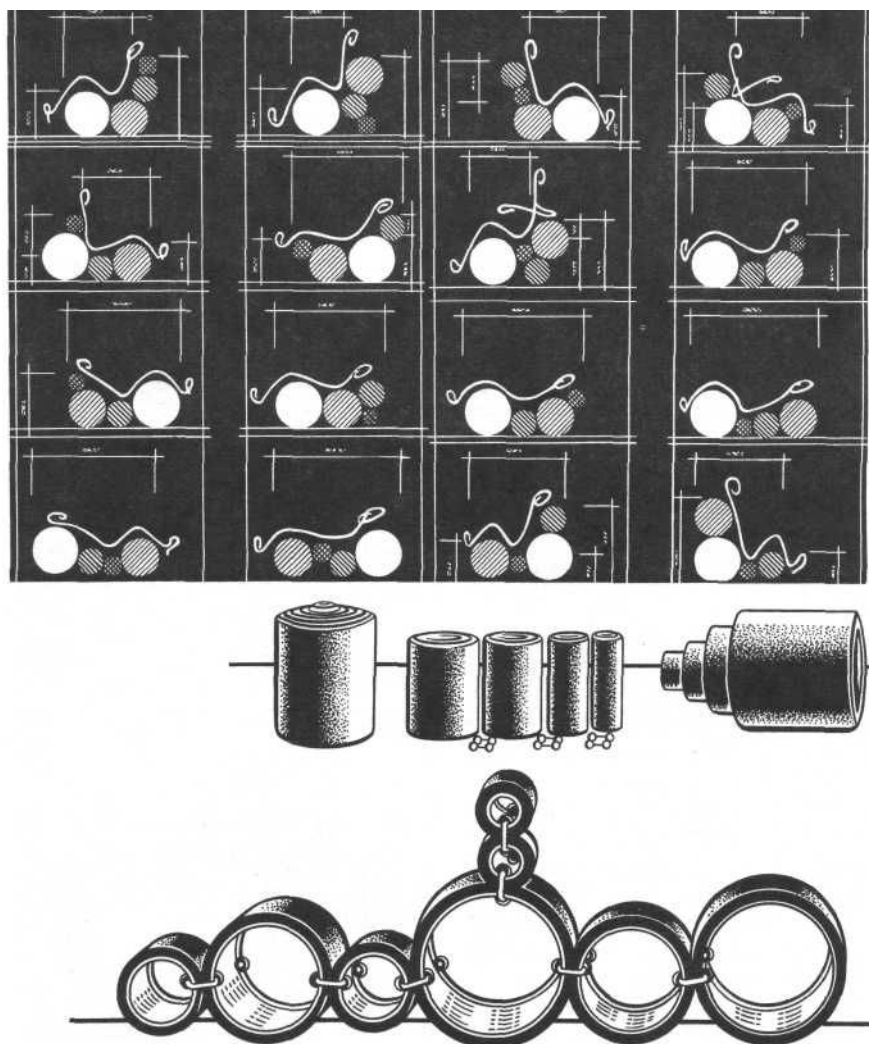
служивания разнообразных транспортных систем, усиление роли коммуникационных процессов в жизни общества — делают эту область проектной деятельности на многие десятилетия вперед лидером дизайнерского творчества.

ТРАНСФОРМАЦИЯ СРЕДЫ - *целенаправленное преобразование объемно-пространственных параметров, предметного наполнения и других составляющих среды, рассчитанное на приспособление к меняющимся условиям и задачам эксплуатации или на со-*

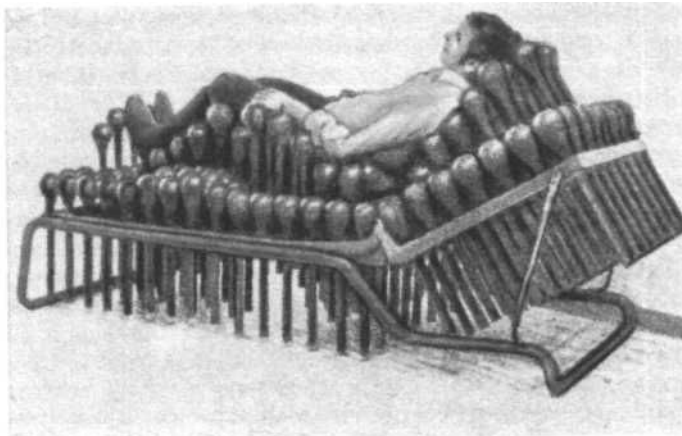
здание новых функциональных или художественных свойств; комплекс мероприятий, обеспечивающих *гибкость* среды.

Проявления Т.е. весьма разнообразны и затрагивают, в зависимости от обстоятельств, самые разные аспекты дизайна средовых комплексов — от частичной смены предметного наполнения до коренных строительных преобразований.

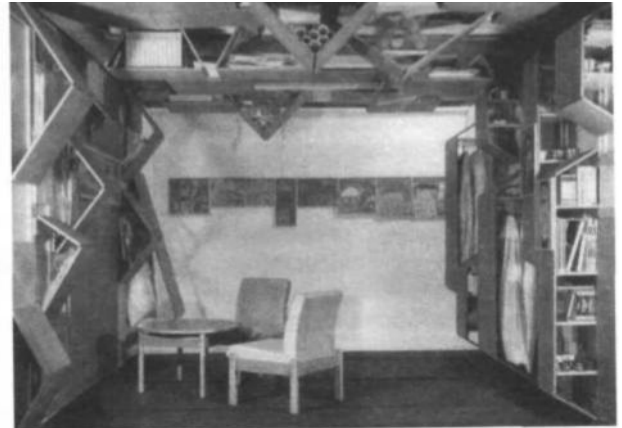
Различают Т.е. двух типов: 1) связанную с периодическими сменами функциональных процессов, приспособлением объекта к сезонным циклам и



Трансформация оборудования среды: мебель из комбинирующихся по-разному валиков. Дж. Коломбо



а



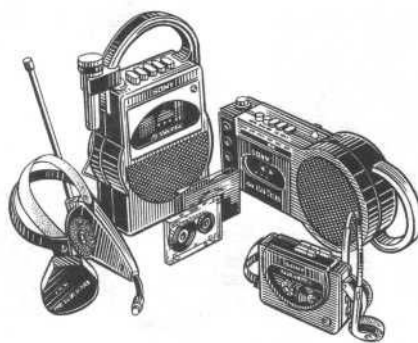
б

Трансформация средового оборудования: а — «кровать» Х. Франка, приспособляющаяся к любой позе человека; б — динамический синтез оборудования и ограждений «МЕБАР». И. Лучкова, А. Сикачев

т.п.; 2) вызванную «разовыми» причинами — изменением функционального процесса, старением объекта и пр.

В первом случае Т.е. осуществляется дизайнерскими средствами и приемами, обеспечивающими многофункциональное использование мебели и оборудования с помощью всякого рода трансформируемых (раздвижных, разборных и т.д.) элементов пространства — перегородок, стен, покрытий. Сложнее, когда Т.е. должна решать проблемы, связанные с «необратимыми» переделками. Наиболее распространенная причина «капитальной» Т.е. связана с физическим или моральным устареванием предметного наполнения. Утративший потребительскую ценность, «устаревший» предмет удаляется и заменяется новым, обычно более совершенной модели, то есть происходит **модернизация** (обновление) среды. Аналогичные цели преследуют разного рода ремонтные работы. Если же трансформации подлежит пространственная база, то различают **реконструкцию** (перестройку, переделку), когда пространственные компоненты меняются частично, и **реставрацию** (восстановление) объекта. При этом реконструируемый объект может приобрести новое назначение, частично или полностью сохранить — в соответствии с требованиями жизни — старое, тогда как реставрация в идеале всегда направлена на максимальное

приближение функции к изначальной. Так, в разрушенном временем или обстоятельствами храме, если он возвращается церкви, предметно-пространственную базу реставрируют, возвращают в прежнее состояние. Но если подобное здание восстанавливают ради проведения в нем собраний или концертов, то приходится приносить в него элементы, связанные, прежде всего, со сферой оснащения. Существует и такая форма Т.е., когда кардинально меняется ее назначение, «вписанное» в существующую пространственную структуру. Например, переделка под жилье или общественный центр безнадежно устаревших для современного производства, но еще крепких корпусов промышленных сооружений.



Унифицированное семейство детской аудиоаппаратуры «Мой первый «СОНИ», 1990

УНИФИКАЦИЯ — конструирование различных по назначению и потребительским свойствам изделий на основе единых конструктивных узлов и деталей.

У. позволяет значительно рационализировать проектирование, производство и сервисное обслуживание изделий. С точки зрения формообразования прием унификации облегчает дизайнеру задачу проектирования комплекса изделий, обладающих стилевым единством; с другой стороны, чрезмерная У. угрожает среде или ее фрагментам чрезмерным единообразием (например, жилая среда из «типовых» новостроек).

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ - совокупность организационно-изобразительных приемов, формирующих узнаваемый «родовой» образ продукции конкретного производителя или объектов, связанных с его деятельностью: производственных зданий, служб сервиса и т.д.

В создании Ф.с. используется формообразование продукции и оборудования, приемы графического дизайна (цвет, логотипы, композиционные приемы типографики и т.д.). Значительно реже ф.с. основывается не на визуальном единстве продукции, но на определенном образе организации деятельности фирмы (см. «Оливетти-стиль»).

Роль Ф.с. двояка: 1) с коммерческой точки зрения он помогает выделить изделия фирмы из ряда аналогичных изделий конкурентов; 2) с другой стороны, формирование различными фирмами своих стилей способствует обогащению визуальной среды.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ - совокупность графических знаков, графики изделий и средств визуализации информации о предприятии, специально спроектированная для создания его узнаваемого зрительного образа. Ф.с. в г.д. проектируется на базе особой концепции и общего подхода к решению широкого диапазона проектных задач: визуальных форм продукции фирмы, фирменного знака, цвета, документации, одежды сотрудников, фирменного транспорта, стилового единства изделий и их комплексов.

ФОРМООБРАЗОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ ЦВЕТА — один из аспектов деятельности колориста, базирующийся на способности полихромии радикально преобразовывать ощущение объемно-пространственной формы.

В основе Ф. с п.ц. лежат монолитные формы, которые скорее предполагают монохромии или полихромии низкой активности, формы средней расчлененности — наиболее активную полихромии, а формы значительно расчлененные, как бы растворяющиеся в пространстве, снова предполагают низкую активность полихромии, приближающуюся к монохромии. Под активностью полихромии понимается величина контраста между отдельными цветами по цветному тону, светлоте и насыщенности и одновременно контраста очертаний цветовых графов и структурных членений формы. Полихромия может обладать различной степенью активности (способностью к преобразующему действию) и возрастает с усилением контраста между цветовыми элементами.

Взаимодействие полихромии и структурно-морфологической основы формы может происходить в широком диапазоне от нюанса до контраста.



Элементы фирменного стиля фирмы «Джей Си Пенни»:

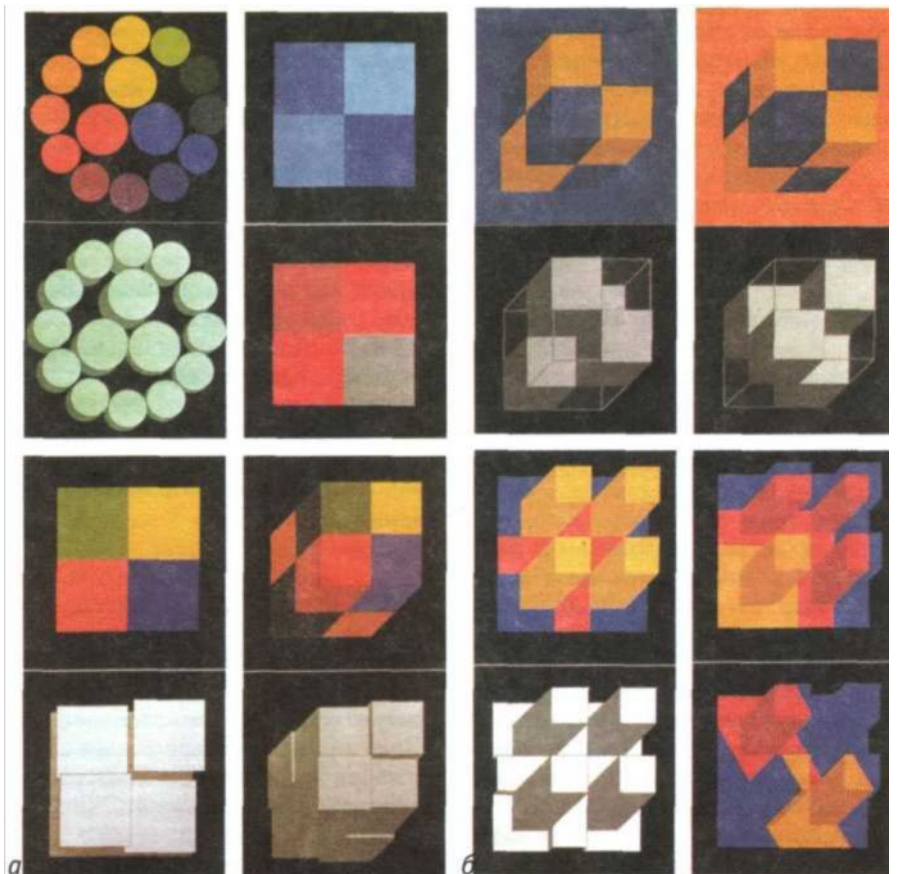
а — оформление торгового здания; б — электрооборудование; в — бытовые зажигалки

При этом цвет понимается как свойство формы. Целостная монолитная форма обладает цветовым единством. Расчлененная форма мыслится как совокупность отдельных монолитных форм, каждая из которых имеет индивидуальную цветовую характеристику. Форма с высокой степенью

расчленения, составленная из огромного множества мелких монолитных форм, имеющих собственный цвет, выглядит обобщенной по цветовой доминанте, как бы стремится к монохромии. В формах средней расчлененности, которые занимают промежуточное положение между монолитными и рас-

Формообразование с помощью цвета:

а — цветовой круг и модель его восприятия в пространстве; цвет в плоскостной форме; б — цвет в объемной и пространственной форме (по А.В. Ефимову, 1973)



члененными и представляют наиболее распространенный вид форм, получает развитие полихромии средней и высшей степеней активности.

Названная закономерность действует в материально-пространственном окружении до вмешательства человека, которому свойственно соблюдать некий баланс пластических и цветовых средств: богатая пластика как бы снимает необходимость явного цветового вмешательства, которое актуализируется при скупой пластике формы.

ФОТОГРАФИКА — *современный вид графики, применяемый в типографике, рекламе, плакате, иллюстрации и т.д., с использованием специфических фототехнических средств (специальная химическая обработка, увеличение контрастности или «размытости», создание впечатления объемности, стереоскопичности и др.).*

В Ф. используется также ряд художественных средств и приемов (изменение масштаба изображения, специальные оптические эффекты, трансформация цвета, наложение изображений, коллажность и другие), свойственных именно этому виду графики.

Пионерами советской Ф. являются такие художники, как А. Родченко и Эль Лисицкий.

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗОНИРОВАНИЕ — *расчленение в процессе проектирования совокупной предметно-пространственной среды на участки с набором определенных функций; раздел проекта, фиксирующий подобное разделение.*

В процессе предпроектного анализа или собственно проектирования Ф.з. позволяет выявить в средовой системе компоненты с разной предметно-пространственной структурой, дает возможность с определенной степенью вероятности прогнозировать зоны и участки, нужные для размещения функций, возникающих при росте или развитии системы (прогностическое Ф.з.).

Работа по Ф.з. ведется с учетом многих факторов (функциональных, кон-

структивных, эргономических, экономических, социокультурных и т.д.), которые формируют большинство материально-технических и визуальных параметров каждой зоны. Поэтому Ф.з. не следует понимать как узкоприкладную часть средового дизайна. Напротив, будучи основным инструментом предметно-пространственной дифференциации среды в соответствии с ее назначением, Ф.з. практически предопределяет последующую художественную (композиционную) структуру средового образования.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗОНЫ - *участки (фрагменты) среды, предназначенные для выполнения определенных видов деятельности, процессов или группы взаимосвязанных функций, необходимых для заданного использования среды. Предметно-пространственное решение Ф.з. должно обеспечивать эффективность соответствующих видов деятельности и возможность их разумного соединения в целостный средовой комплекс.*

В соответствии с технологией и характером функций различают Ф.з. коммуникационные, «рабочие поля» и ячейки разного назначения, специализированные, комплексные и другие, каждая со своими формами пространственной организации, видами оборудования, визуальными характеристиками. Но следует помнить, что связь «функция—зона» направлена в обе стороны, то есть не только процесс задает параметры отведенной ему среды, но и наоборот, конкретные свойства среды могут активно воздействовать на функцию, видоизменяя ее в нужном направлении.

ЦВЕТ — *качество зрительного ощущения, возникающее в результате восприятия световых волн отражаемого или испускаемого излучения в диапазоне от 460 нм (фиолетовый цвет) до 700 нм (пурпурный).* Черно-белая шкала не имеет собственного цветового (хроматического) компонента, являясь ахроматической. Ц. определяется следующими характеристиками: цветовым

тоном — красный, синий, желтый и др.; светлотой, равной определенной степени черно-белой шкалы; яркостью, равной свечению эталона; насыщенностью — процентным содержанием чистого (спектрального) цвета в цветовом эталоне.

Ц. не имеет материального носителя и поэтому является свойством визуально воспринимаемой формы. Это позволяет дизайнеру, архитектору, художнику использовать Ц. как средство создания художественной формы. Различают множества цветов одного цветового тона — *монохромия* и множества цветов различных цветовых тонов — *полихромия*.

В зависимости от материального носителя различаются поверхностные и пространственные цвета: Ц. поверхности, эпидермы формы и глубинный Ц. собственно ее материала. Поверхностный Ц. локализуется относительно наблюдателя в пространстве, пространственный заполняет его собой. Поверхностный Ц., вне зависимости от цветового тона, обычно воспринимается находящимся ближе к зрителю, чем пространственный.

ЦВЕТОВАЯ ГАРМОНИЗАЦИЯ - *процесс достижения цветовой гармонии.*

Ц.г. является постоянной творческой задачей специалистов, создающих материально-пространственное окружение, и опирается на основополагающие принципы теории цветовой гармонии: производить отбор цветов следует на базе определенной системы; из двух подобных цветовых сочетаний более гармоничным является привычное; любая группа цветов становится гармоничной, приобретая элементы общности — единство в многообразии и др.). Гармонизация материально-пространственного окружения обусловлена социально-функциональными и культурными процессами, их цветовым толкованием. Ц.г. широко использует цветовую комбинаторику.

Гармонизация в пространстве является задачей гораздо более высоко-

го порядка, чем гармонизация на плоскости. Инструментами Ц.г. являются цветовые тела — классические пространства цветковых систем Оствальда (Германия), Манселла (США), ПЦКС (Япония), ЕЦС (Швеция) и др.

ЦВЕТОВАЯ ГАРМОНИЯ - *сочетание отдельных цветов или цветковых множеств, образующее единое органическое целое и вызывающее эстетическое переживание.*

Оценка Ц.г. взаимосвязана с цветовой семантикой — смысловым содержанием отдельных цветов и их сочетаний. Разнообразное смысловое наполнение одних и тех же цветов в разных культурах приводит к различному толкованию одних и тех же цветковых построений. Их восприятие зависит от пространственного расположения цветковых элементов на плоскости, объемной или пространственной форме, от времени и графика движения в пространственном цветковом поле.

ЦВЕТОВАЯ КОМБИНАТОРИКА - *один из методов формообразования в графическом дизайне, основанный на поиске, исследовании и применении закономерностей вариантного изменения графических структур, а также на способах использования в объектах дизайна стандартизированных на основе определенной системы цветов, что позволяет создавать разнообразные графические серии для внедрения их в массовое производство.*

Ц.к. использует наиболее часто встречающиеся в природе цветковые комбинации, а также создает новые комбинации в соответствии с новым эстетическим освоением полихромии. Ц.к. широко используется при автоматизации проектирования.

ЦВЕТОВАЯ КУЛЬТУРА - *составляющая культуры, феномен, опирающийся на психофизиологию восприятия, на колористику как сумму знаний о цве-*

товой среде. Раскрывается в различных аспектах духовной и материальной жизни. Ц.к. возникает и бытует в гуще социально-пространственных процессов.

Для описания Ц.к. выделяются ее пространственные и временные границы, факторы, влияющие на ее зарождение и распространение, а также взаимодействие ее продуктов. Границы Ц.к. фиксируют эпоху и географический ареал, в котором она существует. Здесь располагаются ее региональные центры, проявляются их взаимовлияния, возникают и разрушаются цветковые каноны, вызываются цветковые традиции, которые затем распространяются за пределы ареала.

Факторы, влияющие на формирование и распространение Ц.к., делятся на природно-климатические, психологические и историко-культурные. К элементам Ц.к. относятся проявления цвета в материально-пространственном окружении, воплощающие цветковую символику и философские представления о цвете, выражающие цветопредпочтения — внутреннюю движущую силу цветковой культуры.

Взаимодействие продуктов Ц.к. приводит к доминированию одних областей ее проявления над другими. Наивысшие цветковые достижения возникают то в прикладном искусстве, то в живописи, то в архитектуре и дизайне. Взаимодействие этих сфер осуществляет перетекание локальных цветковых достижений из одной сферы в другую, интегрирует эти достижения в общем потоке культуры.

Состояние Ц.к. характеризуется системой цветковых традиций, цветковым языком, взаимосвязью с духовной и материальной культурой народа, нации, социальной группы, отдельного человека.

ЦВЕТОВАЯ СИМВОЛИКА - *способность цвета выражать некоторую идею, нести определенный смысл.* Возникла в результате ощущения человеком некоторых явлений природы: восприятия света и тьмы, синевы неба, зелени растительности. Кроме того, психологическое и физиологическое состояние

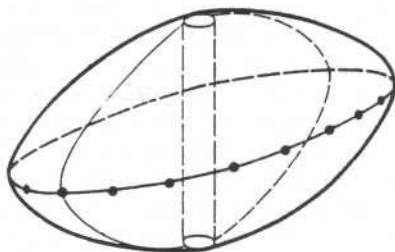
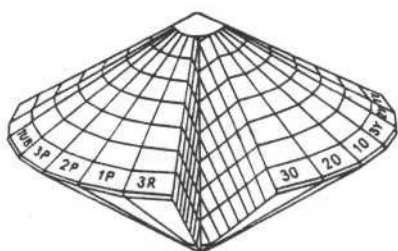
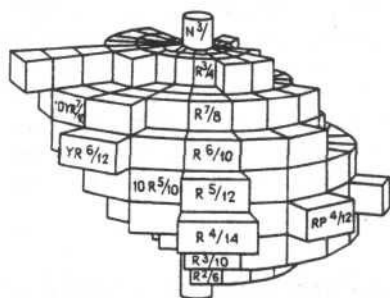
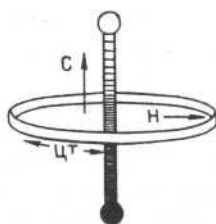
человека также связано с использованием определенных красок.

Существуют несколько типов цветковых символов. Первый возник в результате прямого переноса: так, всеми первобытными людьми признавалось, что огонь — это красное. Второй тип символа появился от ассоциации с событием или переживанием: черный цвет ассоциировался со смертью или отчаянием. Третий тип символа устанавливался за счет случайного обычая: белый цвет для обозначения траура в Китае. Каждая культура имеет свою систему цветковых символов, что подтверждает существование глубокой взаимосвязи между цветом и культурой.

ЦВЕТОВАЯ СИСТЕМАТИЗАЦИЯ - *приведение множества цветов к системе, связывающей определенный цвет с определенной точкой плоскости или пространства с целью кодировки и гармонизации.*

Простейшей системой является **цветовой круг**, в котором диаметрально противоположные цвета являются наиболее контрастными по цветовому тону (дополнительные цвета) и составляют гармоничные пары. Три цвета, расположенные в круге на одинаковом расстоянии друг от друга, образуют гармоничные триады и т.д. Более полно цвет обозначается с помощью трех координат в специальном пространстве — **цветовом теле**, что соответствует трем цветковым характеристикам. Наиболее распространенной формой цветкового тела является сплюснутый шар. Его верхний и нижний полюса обозначают, соответственно, белый и черный цвета, между которыми помещается ахроматическая ось. Экватор шара представляет собой цветовой круг. Если один из цветов круга соединить с белым и черным, то образуется монохромный цветовой треугольник, в котором различимы зоны разбеленных (пастельных), ярких, сероватых и темных цветковых общностей.

Цветовые тела служат инструментом поиска гармоничных сочетаний отдельных цветов и цветковых множеств.



Цветовая систематизация: пространственные тела различных цветовых систем как средство поиска цветовых гармоний

Например, пастельные и темные цвета, яркие и сероватые и др., что особенно важно дизайнеру, создающему гармоническую целостность в реальной жизни из огромного количества предметных цветов и цветного освещения.

ЦВЕТОВОЙ ЯЗЫК - система цветowych знаков, способная нести смысловую, эмоциональную и эстетическую информацию.

Цветовой язык — наиболее существенный признак цветовой культуры — входит в систему обычаев, жизненного уклада, всего комплекса культуры каждого народа и является одновременно художественно-эстетической и функционально-утилитарной знаковыми системами. Первая основывается преимущественно на цветовой символике и семантике — закрепленными за цветом определенными образами и смысловыми значениями, вторая — на психофизиологических особенностях восприятия и реакции на цвет.

Особенностью Ц.я. является его связь с элементами материального окружения: знаки Ц.я. объединяют цвет и элементы объемно-пространственной формы, синтезируют цвет с пространством.

Знаки Ц.я., воплощающие бесконечность цветовой палитры и цветового комбинирования и приобретающие множество оттенков значений в результате различного восприятия, образуют его богатую лексику. Появляется неограниченная возможность выбора: каждому знаку сопутствует множество семантических значений, что говорит о больших потенциальных возможностях развития стилистики Ц.я.

Ц.я. объективно описывает полихромное материально-пространственное окружение, его фрагменты и составляющие, значительно расширяет художественно-смысловой потенциал создаваемого окружения.

ЦВЕТОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ - избирательность в отношении какого-либо цвета или группы цветов. Цветовые предпочтения есть одновременно продукт и двигатель цветовой культуры, они фиксируют уровень ее развития и одновременно способны трансформировать сложившиеся стереотипы.

Ц.п. изначально формируются в сфере концептуального цвета, опираясь на цветовую символику и эстетику. Эти идеальные Ц.п., которые существуют

только лишь в сознании, существенно трансформируются в связи с материальным объектом — цветоносителем — и превращаются в реальные. Любимая цветовая гамма радикально меняется в приложении к различным объектам материально-пространственного окружения.

Дизайнер, архитектор, художник обязаны осознать соотношение своих личных и общественных цветопредпочтений в отношении проектируемых объектов.

ЦВЕТОГРАФИКА - графика, оперирующая цветовыми графами, одно из основных средств реализации различных видов графического дизайна.

Цветографика представляет собой трехмерный феномен, цветовая палитра которого содержит цветовые совокупности по различным элементам общности. Пространственная среда как материальный носитель Ц. переносит на последнюю способность к динамике, изменчивости. Такого рода Ц. реализуется, например, в виде динамических пространственных цвето-световых конструкций и др. Ц., в зависимости от соотношения с материально-пространственной основой, обладает различной степенью активности, которая способна более или менее радикально преобразовывать эту основу и служить, соответственно, более или менее эффективным художественным средством в творчестве дизайнера-графика.

ЦЕЛОСТНОСТЬ СРЕДЫ - одно из важнейших понятий искусствоведения, в том числе технической эстетики, представляющее произведение архитектурно-дизайнерского искусства как органичную «живую» систему, где каждый элемент отражает свойства или часть свойств целого, существование и развитие этого элемента есть условие существования и развития целого, а его деформация ведет к перестройке, ущербу или даже разрушению всей системы.

Фрагмент среды является целостным, если он отвечает требованиям

ограниченности (зрительной или функциональной вычлененное™ из окружения), **связности** (взаимозависимости его компонентов, процессов и форм потребления) и **компактности** (возможности относительно одновременного, взаимосвязанного восприятия его слагаемых), которые помогают осознать самостоятельность объекта и свидетельствуют о соподчиненности его элементов.

Для зрителя Ц.с. ассоциируется с завершенностью средового решения, узнаваемостью характера среды, который запоминается как ее отличительная черта (уровновешенность, деловитость, яркость и т.д.), составленная из внешне несвязанных впечатлений от средовых слагаемых — пространства, наполнения, типа деятельности и т.п.; причем наиболее яркое из слагаемых становится опознавательным знаком всей системы. Конкретная Ц.с. может восприниматься с преобладанием как положительных, так и отрицательных эмоций, в зависимости от того, как среда удовлетворяет практические и художественные запросы потребителя. Поэтому для архитектора-дизайнера Ц. средового объекта означает совместную непротиворечивую работу всех компонентов среды в едином эмоциональном ключе.

Средствами формирования Ц. в средовой системе являются **композиция** ее слагаемых и **гармонизация** их воздействий на человека. При этом проектировщику надо помнить, что при работе со средой он имеет дело с такой структурой, слагаемые которой не имеют жесткой иерархической связи, и поэтому должны формироваться по законам композиции и гармонизации и все вместе, и каждое по отдельности.

ШРИФТОВОЙ ДИЗАЙН - художественное проектирование шрифта, наборного и индивидуального, включающее разработку способов и приемов создания шрифтовых композиций в книжной и газетно-журнальной графике, в промышленной графике, системах визуальной коммуникации, в том числе в архиграфике, графике городской среды и природного ландшафта.

Специфика Ш.д. заключается в поиске художественной формы шрифта или шрифтовой композиции, наиболее соответствующей виду графического дизайна и смыслу вербального сообщения. Ш.д. имеет корни в **каллиграфии** (от греч. *kalligraphia* — красивый почерк) — искусстве красивого и четкого письма. История каллиграфии связана с историей шрифта и орудий письма (тростниковое перо в Древнем мире и на Ближнем Востоке, кисть в странах Дальнего Востока, птичье перо в Европе до XIX века). Многообразные образцы средневековой китайской, иранской, среднеазиатской, европейской каллиграфии обладают большой художественной выразительностью. Современный шрифтовой дизайн использует как традиционные — кисть, перо, так и новые средства — флوماстер, рапидограф, а также новейшие технические достижения в области компьютеризации изображения.

ЭКЛЕКТИКА (от греч. *eklektikos* - выбирающий) (в дизайне среды) — сочетание в ее облике разнородных по стилю, происхождению, противоположных по художественному смыслу, «несовместимых» элементов архитектурного декора, вещей, произведений искусства, «выпадающих» из условного стилистического единства средового объекта.

Э. (эklektизм) в искусстве — характерный признак перелома, перестройки материальных и мировоззренческих основ общества, когда эстетические нормы организации уходящего в прошлое образа жизни уже не удовлетворяют человека, а новые еще не сложились. Так было на рубеже XIX и XX веков; по словам К. Гартмана, в это время чисто внешнее и часто поверхностное усвоение одних наружных признаков художественных стилей и их нетворческое соединение в зданиях и домашней утвари выполнялось с пестротой, исключавшей органическое развитие стиля: слепое подражание историческим образцам вело к безликой имитации и потере здорового вкуса. Аналогичные примеры можно

видеть на улицах и в интерьерах наших дней — беспринципное перечисление случайных форм, бездумно копирующих и совмещающих образы постмодерна, хай-тека и других «модных» течений, порождает однообразие перебивающих, гасящих друг друга впечатлений.

Однако считать Э. явлением только отрицательным неправильно.

Во-первых, в средовых комплексах она почти неизбежна: даже задуманная в одном стилистическом ключе архитектурная основа среды сплошь и рядом вступает в конфликт с обликом многих элементов ее предметного наполнения — вещей, несущих на себе «личный» знак времени, условий производства и т.д., наконец, индивидуального вкуса хозяина интерьера. Так современная электроника является непременной принадлежностью и «концептуальных», и отделанных «под ретро» квартир и офисов.

Во-вторых, желание и необходимость использования в одном произведении средового искусства компонентов декора и оборудования с противоречивыми визуальными характеристиками привело к повышению профессионального мастерства проектировщиков, разработке особых технологий эстетической совместимости «частных» разнородных смыслов и впечатлений. Среди них — построение в пределах общей визуальной концепции средового организма «мини-композиций», соединяющих контрастные слагаемые в целостные выразительные фрагменты и комбинации; сопоставление и гармонизация облика «отрицающих» друг друга деталей по отдельным формальным признакам (близость размеров, единство цвета, сходство членений и т.п.); безусловное подчинение разноплановых по происхождению и формам акцентов ведущей доминанте средовой композиции.

Таким образом, в средовом дизайне Э. перестает быть свидетельством неумелости или творческой ограниченности автора, но приобретает новое качество — осмысленного поиска средств художественного синтеза объектов и форм, внешне не подлежащих совместному эстетическому существованию.



Экслибрис: примеры

ЭКСЛИБРИС (от лат. *exlibris* - «из книги») — книжный знак, ярлык, указывающий на принадлежность книги какому-либо владельцу. Наклеивается на внутреннюю сторону книжного переплета или обложки.

Э. появились с началом книгопечатания и гравирования в XVI веке в Германии (в России — с начала XVIII века). Э. бывают гербовые, воспроизводящие герб владельца; вензеле-

вые — его орнаментально разработанные инициалы; сюжетные — изображения пейзажей, архитектурных мотивов, эмблемы. Художественные Э. гравятся на меди, дереве, линолеуме, реже изготавливаются цинкографским или литографским способами. Э., выполнявшиеся крупными мастерами графики (А. Дюрером, Х. Гольбейном-младшим и др.), образовали особый самостоятельный жанр графики. Среди Э. отечественных графиков наиболее из-

вестны произведения А. Кравченко, П. Павлинова, В. Фаворского и др.

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОДЕРЖАНИЕ СРЕДЫ — гамма чувств и настроений, вызываемых средой в человеке, предтеча возникновения художественного образа.

Генерируется Э.с.с. особенностями зрительной организации средового объекта, которая в конечном счете есть отражение «художественной необходимости» рационального начала, послужившего базой формирования среды. Как правило, Э.с.с. включает множество разноречивых настроений, оттенков, мотивов, образующих многослойное производное от немногих типов базовых эмоциональных ощущений: впечатления **монументальности**, мощности, парадности, массовости соответствующих процессов деятельности; камерности, доверительности, интимности, обращенности непосредственно от человека к человеку; настроя на **деловитость**, конструктивность, рациональность связей, или, наоборот, на **развлечения, отдых**, расслабленность; свою роль играет ориентация среды на **статичное** состояние либо **мобильность, динамич-**

Эмоциональные прототипы восприятия среды:

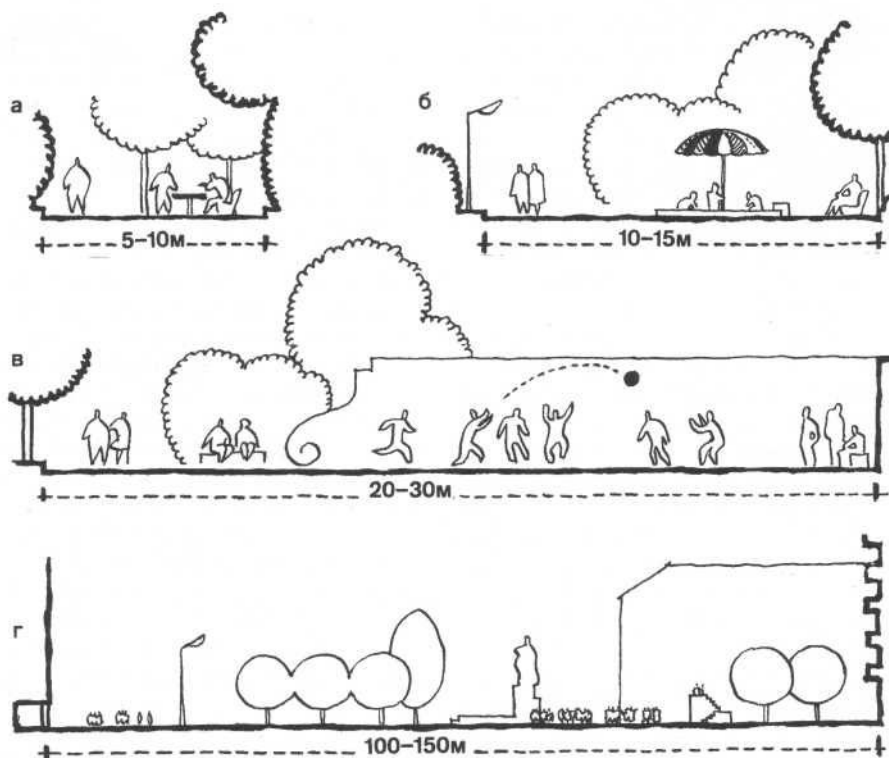
а — «парадный» двор жилого комплекса; *б* — «деловая» атмосфера транспортной развязки; *в* — «камерное» настроение площади Вогезов. Париж



ность общего впечатления. Названные ощущения в принципе поддаются архитектурно-дизайнерскому прогнозированию, т.к. опираются на эмоциональный климат функциональных процессов в среде и на систему впечатлений от ее визуальных характеристик.

Разные типы среды имеют свой диапазон эмоциональной окраски: в производственной или жилой среде господствуют, соответственно, деловые или камерные оттенки, в общественных комплексах может проявиться вся палитра возможных эмоциональных характеристик, часто в самых неожиданных сочетаниях, рекреационной среде не свойственны отношения деловитости, жесткого порядка.

В пространствах разного типа зритель ощущает себя неодинаково. Так, локальные ситуации вызывают в человеке чувства защищенности, устойчивости, имеющие либо «центростремительный» оттенок, если основой компоновки являются ограждения, вычленивающие объект из окружения (интерьеры, активно застроенные городские площади), либо «центробежный», если ограждения играют незначительную по сравнению с поверхностью и наполнением площади композиционную



Влияние размеров пространства на эмоциональный климат среды:

а — индивидуальное общение (интимные площадки); *б* — общение в малой группе (камерный масштаб); *в* — универсальные контакты, коллективные игры; *г* — массовые действия, парадные городские пространства

8



роль. Линейные построения придают среде ощущение мобильности, эмоциональной направленности соответственно характеру замыкания перспектив на торцах.

Определенный эффект вызывают размеры пространственной основы: помещения и площадки небольшой величины (5—10 м в поперечнике) порождают чувство интимности, камерности среды; по мере увеличения появляются ощущения деловитости, парадности, торжественности (около 100—200 м), в дальнейшем эмоциональная напряженность и окраска среды теряют определенность (предел допустимой величины «выразительного» пространства для неподвижного зрителя — около 3 км).

Свою роль играют и другие зрительные характеристики компонентов среды: сложность, острота или лапидарность» **успокоенность их фисункс**;

ющих ее форм, их фактура, материальность, цветовые характеристики, которые вместе с графическими решениями составляют один из важнейших компонентов зрительной организации среды. Следует помнить, что конкретика восприятия Э.с.с. человеком весьма индивидуальна и зависит от его воспитания, национальных обычаев, нацеленности на определенный вид потребления среды и т.д.

Однако в целом объективность связей визуальных характеристик среды и ее эмоционального содержания сомнений не вызывает.

К сожалению, изучение эмоциональной составляющей средового образа — дело, теорией почти не затронутое. Тем более, что нас сегодня интересует не мировоззренческие аспекты проблемы (гуманизация, связь частного и всеобщего и пр.), а конкретные следствия реальных «физических» причин, породивших ту или иную эмоциональную реакцию. Здесь практически не помогает опыт восприятия других видов искусства — музыки, поэзии, изобразительного творчества. Прежде всего потому, что в архитектуре и дизайне затрагиваются совсем другие эмоциональные струны: «пространственному творчеству» неподвластны столь важные в других сферах искусства негодование, гнев, ненависть, даже ирония. Потому что архитектуре и дизайну вообще не свойственно критиковать мир, проповедовать деструктивное. И даже когда их произведения изображают острые, противоречивые ситуации или разру-

шения, они подчеркивают в них утверждающее начало, гармонию связей «руины» с ландшафтом, выразительность формы, контраст нового и старого, подменяя «прямой» текст визуального послания его более высоким художественным смыслом.

Поэтому первое, с чем надо подступаться к проблеме — это отбор и классификация эмоциональных состояний и характеристик, свойственных архитектурно-дизайнерскому творчеству.

Второе — мы не знаем элементарных форм организации причинно-следственных связей в системе «визуальные характеристики среды — их эмоциональная оценка» ни для комплекса в целом, ни для его отдельных слагаемых. Тем более, что часто одни и те же чувственные реакции возникают у человека в ответ на действия совершенно разных раздражителей — состояние «неудобства» может вызвать слишком яркий цвет объекта, теснота или запутанность пространства, неорганизованность компоновки предметного наполнения и даже просто жара в помещении.

Третье — у нас нет метода работы с эмоциональным содержанием образа среды, «операционной» системы его количественного измерения и качественной оценки». Т.е. нет ни «эталонов» эмоциональных ощущений, ни технологии описания их величины в процессе формирования или «потребления». Мы даже не умеем отделять эмоциональные характеристики среды от «внеэмоциональных» факторов ее проектирования: влияния пропаганди-

стских кампаний, соображений экономики и т.п. И, что гораздо важнее, к эмоциональной оценке среды в целом (ярко, уютно, пустынно и т.п.) всегда примешивается оценка чувственных характеристик происходящего вокруг: атмосфера спортивного соревнования на стадионе с его страстями и азартом принципиально отличается от почти деловых установок тренировочного процесса.

Возможно ли вычленив при восприятии средового образа визуальное впечатление (размер, цвет, насыщенность деталями и пр.), порожденное проектировщиком, от непосредственно потребительского (отдых, учеба, работа физическая или умственная и т.д.)? Где и в каких случаях это нужно, как это сделать — такова ядро проблематики исследования эмоционального содержания архитектурно-дизайнерских образов. Если это удастся — в руки проектировщика попадет мощнейший инструмент совершенствования художественной стороны результатов его творческих усилий.

А работа экспертов, сравнивающих достоинства разных проектных предложений — будь то учебные проекты, конкурсы, тендеры на выполнение комплексных дизайнерских программ, присуждение престижных профессиональных премий, — будет лишена субъективных ошибок. Которые, впрочем, составляют немалую долю очарования интуитивного (а значит оставляющего место для неожиданных творческих поворотов) художественного поиска в средовом проектировании.