

Виртуальные симуляции и / или реалии материального мира. Диплом-2012

текст
Ольга Железняк

«Возникнув как эмпирическое обобщение, дихотомия «реальное / виртуальное» становится парадигмой для построения моделей общественных изменений.¹ «Виртуальность», «виртуализация» обретают все более широкое распространение, употребляясь в самых разнообразных контекстах, отнюдь не всегда напрямую связанных с цифровыми технологиями и компьютеризацией, становясь, почти повседневным, общепотребительным понятием, обозначающим различные явления. Появляются такие словосочетания, как «виртуальная экономика», «виртуальные образы», «виртуальные сообщества», «виртуальный магазин», «виртуальные развлечения», «виртуальные преступления и отпущения грехов», «виртуальная епархия» и пр.

При этом не только указанные явления, но и современная цивилизация в целом обнаруживают несомненное «сходство логики человеческой деятельности с логикой виртуальной реальности. Сущностный принцип этой логики – замещение реальных вещей и поступков образами – симуляциями², что ведет к расширяющейся системе контактов человека с образами-симуляциями, заменяющими контакты с реальными людьми и вещами, к оперированию образами вместо продуктов и конкретных личностей. Симуляции (и не только виртуальные) начинают чаще становиться товаром, объектом купли-продажи, а нередко, и производства. Образы-бренды, их реклама и презентация, а не реальные объекты начинают играть ведущую роль, замещая симуляциями традиционно-принятые практики взаимодействия.

Игровые интонации, игровые среды, присущие постмодернистской идеологии, находят благодатную почву для развития в ситуации виртуальной экспансии и в создаваемых виртуальных мирах. Особое место в формировании игровой среды и распространении принципов симулятивного замещения занимает интернет, который позволяет каждому игроку, с одной стороны, проектировать свой имидж, реализовывать собственные желания и имитируя всевозможные жизненные ситуации в разных игровых формах; с другой – быть анонимным при общении с виртуальными партнерами-

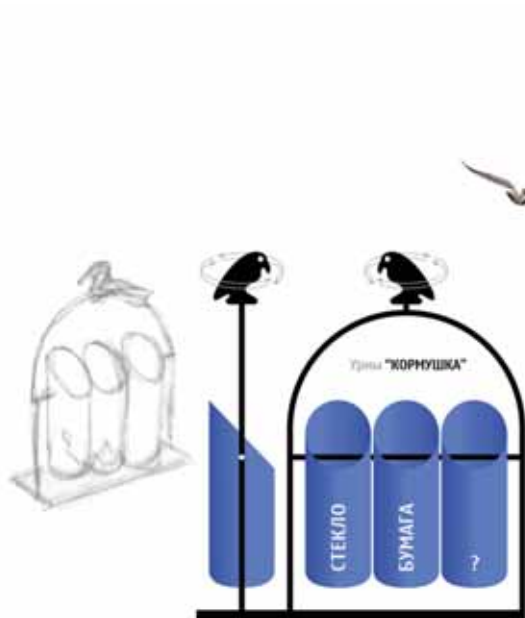
образами. Образы-симуляции и создаваемые ими миры (имитации), бесконечное множество виртуальных игр превращают интернет в среду порождения и существования бесконечных «зеркальных»/«параллельных» миров (А. Бюль)³ со своими альтернативными сообществами, со своими адептами и бродягами-«киберпанками», которые не мыслят себя вне постоянного погружения в эти миры-симуляции.

Художники-проектировщики (архитекторы, дизайнеры, художники прикладных и монументальных искусств и пр.) в своей профессиональной деятельности изначально находятся в пространстве взаимодействия идеального (виртуального) и реального миров, выступая своеобразными «материализаторами» виртуальных образов и трансляторами идеального в реалии материальной, вещественной жизни. В ситуации «виртуализации общества», которая может служить своеобразной метафорой «развещствления общества», значительная часть «жизни» произведений, созданных художниками-проектировщиками, переводится в виртуальный формат, начиная с процесса создания объекта при помощи компьютерных технологий и заканчивая рекламной кампанией и процедурой формирования бренда, существующего виртуально в качестве образа-симуляции. По сути своей, совершается «виртуализация творчества». Сюда же можно отнести и процесс подготовки специалистов.

Проблема «виртуализации» образовательного и творческого процессов становится одной из ключевых проблем, требующих обсуждения, так как все чаще появляются предложения и «искусы» заменить натуральную (материальную) модель – виртуальной, твердый носитель электронной версией, в которых компьютерная модель-симуляция-знак, как правило, превращается в самостоятельный, почти независимый объект, обладающий собственной ценностью и практически утрачивающий связь с реальным объектом проектирования – референтом. Происходит то, что Бодрийяр⁴ называет «утратой реальности», подразумевая под этим утрату различия между знаком-образом и референтом-

^ «Провинциальный дизайн: экологический тренд», автор Ю. Корниенко, руководители О. Железняк, Т. Смертина (фрагмент)

1. Д. В. Иванов. Виртуализация общества. СПб. : Петербургское Востоковедение, 2000. С.80; см. также: Иванов Д.В. К пониманию современности: критический вызов // Проблемы теоретической социологии. СПб., 1996. Вып. 2.
2. Д. В. Иванов. Виртуализация общества. СПб. : Петербургское Востоковедение, 2000. С. 96.
3. А. Бюль. Виртуальное общество (Buhl A. Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen, 1997).
4. Baudrillard J. Simulacres et simulation. Paris, 1981.
5. Д. В. Иванов. Виртуализация общества. СПб. : Петербургское Востоковедение, 2000. С. 57.



^ v «Провинциальный дизайн: экологический тренд», автор Ю. Корниенко, руководители О. Железняк, Т. Смертина (фрагмент)

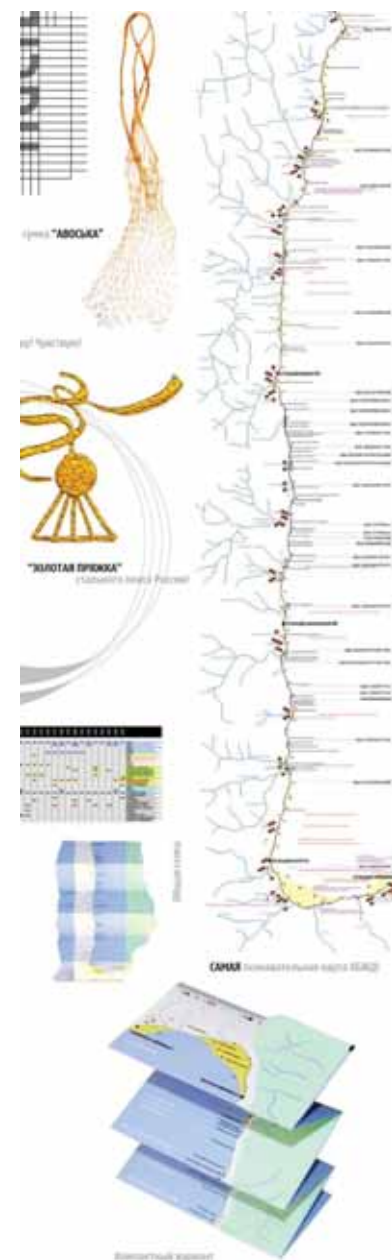
реальностью, что в целом подталкивает нас к очередной подмене, замещению «классической» профессиональной подготовки (несомненно, с учетом современных тенденций) ее виртуальной симуляцией, подготовкой специалистов-«виртуальщиков».

Большие возможности, которые предоставляют современные технологии процессам виртуального моделирования предметно-пространственной среды, «параллельных» виртуальных миров и сообществ делают компьютерное проектирование, электронные формы представления информации, анимационные ролики и пр. неотъемлемой частью учебного процесса и составной частью формирования художественно-проектного мышления. Объемно-пространственное моделирование с использованием графических пакетов компьютерных программ создает вполне реалистичные изображения проектируемых объектов. Виртуальные модели / иллюзии обретают большую натуралистичность, включая фактурно-материальные эффекты, вариации освещенности, иллюзии движения в пространстве, трансформации во времени и пр., расширяя потенциальный диапазон «виртуализации творчества». Но превращаясь в специфический виртуальный «проект», не только само произведение, но и процесс его создания, во многих случаях «обзаваются» одной характерной особенностью: сформированный при этом образ начинает превалировать над референтом-реальностью – собственно процессом реализации и реальным объектом-продуктом. Очень показательным примером служит приводимый Д. В. Ивановым в своих исследованиях «комплекс PR-акций, в котором утрачиваются различия между рекламой и художественными практиками в традиционном их понимании. Рекламные TV-ролики, клипы, составленные из фрагментов рабочего материала, репортажи в СМИ о проекте, интервью с авторами, презентации и продажи сопутствующих товаров - сувениров, значков, футболок с символикой проекта занимают больше времени и отнимают больше сил, чем само экспонирование: спектакль, выставка, кинопреьера и т. п.»⁵.

Говоря о существовании профессиональной дея-

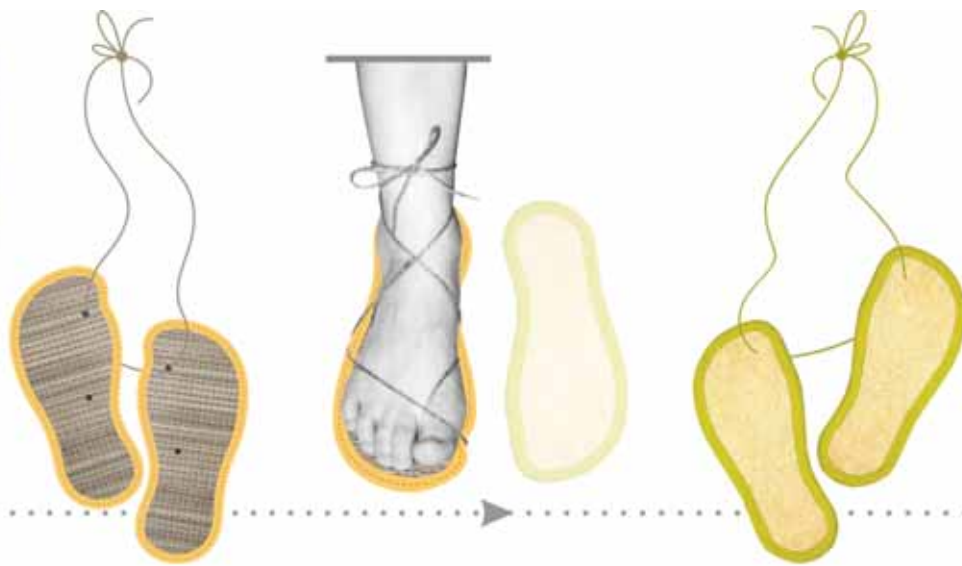
тельности и подготовки специалистов в пространстве дихотомии «реальное/виртуальное» как о новой реальности «бытия» профессии, следует отметить новые проблемы, которые порождают погружение в иллюзии виртуальных миров и тотальная виртуализация профессии. Основная проблема, возникающая при «утрате реальности», связана, на наш взгляд, с утратой реальных физических ощущений формопространства, профессионального осознания значимости тактильных ощущений, чувства реального масштаба и материала и пр., в то время как традиционно художественно-проектная деятельность всегда была ориентирована на тонкое чувство особенностей организации предметно-пространственной среды. Разрушение «культуры тактильных ощущений», в реальной практике нередко выражается в отсутствии «игры фактурных сюжетов» на фасадах зданий и сооружений, когда, например, отделка ограничивается использованием квадратов / прямоугольников композитных панелей почти одинаковой фактуры в более или менее корректном сочетании со стеклом, что очень похоже на компьютерные визуализации этих и аналогичных проектов. В масштабах города это приводит к превращению архитектуры в подобие стандартных «упаковочных коробок» и разрушает материальную индивидуальность среды. Или, например, совершенно удручающе (если не сказать ошеломляюще агрессивно и неуместно) выглядят отделанные сайдингом здания и сооружения в центральной части исторических городов России. Особенно усиливается это недоумение от ощущения негармоничности проектного решения, их несоответствия историческому образу города при невольном сопоставлении с богатой пластикой фасадов деревянной архитектуры или с материальностью каменной архитектуры.

В сфере рекламной деятельности и графического дизайна несоответствие между виртуальными симуляциями и реальностью / реальными носителями проявляется, прежде всего, в цветовых различиях и несовместимости масштабов, недостаточном учете фактора тиражируемости, повторяемости воздействия. Замена «материальной», печатной полиграфической продук-





Не столько страшно купаться в холодной воде, сколько страшно идти по камням



"В ПОИСКАХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ВОЛН"

^ > «Провинциальный дизайн: экологический тренд», автор Ю. Корниенко, руководители О. Железняк, Т. Смертина (фрагмент)

6. Кафедра дизайна Иркутского государственного технического университета Института изобразительного искусства и социально-гуманитарных наук – ведущая школа подготовки специалистов в регионе, зав. кафедрой – Железняк О. Е. (кандидат искусствоведения, профессор кафедры дизайн-академик Международной академии наук о природе и обществе («Художественный и индустриальный дизайн»); член Союза архитекторов России; член Союза дизайнеров России; член Международной ассоциации искусствоведов; автор более 220 научных и методических публикаций и художественно-проектных разработок; лауреат и дипломант 57 международных, российских, региональных выставок и конкурсов). Кафедра готовит специалистов по дизайну (специализации «дизайн среды», «дизайн графический», «дизайн костюма») и декоративно-прикладному искусству. За программы обучения дизайнеров кафедра представлена к Почетному знаку профессионального стандарта (Высокий дизайн); за многолетнюю научно-педагогическую деятельность, за высокий профессионализм и большой вклад в

ции (в частности книг) их виртуальными версиями во многом разрушают собственно профессиональную культуру создания книги и обычаи ее использования.

Желание увидеть материальный продукт наряду с виртуальным образом на этапе проектирования приводит к тому, что в профессиональной сфере многие проектные фирмы, особенно зарубежные, сопровождают свои разработки масштабными моделями-макетами, которые выполняются в специальных мастерских и представляются заказчику. Обращение к материалу создает ощущение реальности хотя бы в таком макетно-модельном виде, т.к. в микро-масштабе образ обретает материальную форму. Материализация виртуальных образов-симуляций в области графического дизайна и рекламы на стадии выполнения проекта нередко осуществляется в виде предпечатной подготовки и пробной распечатки контрольного экземпляра. (К сожалению, такую предварительную «распечатку» при создании объемно-пространственных объектов сделать значительно сложнее, разве что, используя 3D-принтер, который, пока еще не достаточно популярен.)

Принимая «виртуализацию» как неизменную парадигму современной культуры, кафедра дизайна НИ ИргТУ⁶ в процессе обучения и в ходе дипломного проектирования стремится не только использовать весь арсенал профессиональных возможностей создания виртуальных миров и современные цифровые технологии, но и учесть вторую составляющую дихотомии «виртуальность / реальность» – реалии материального мира, особенности его формирования.

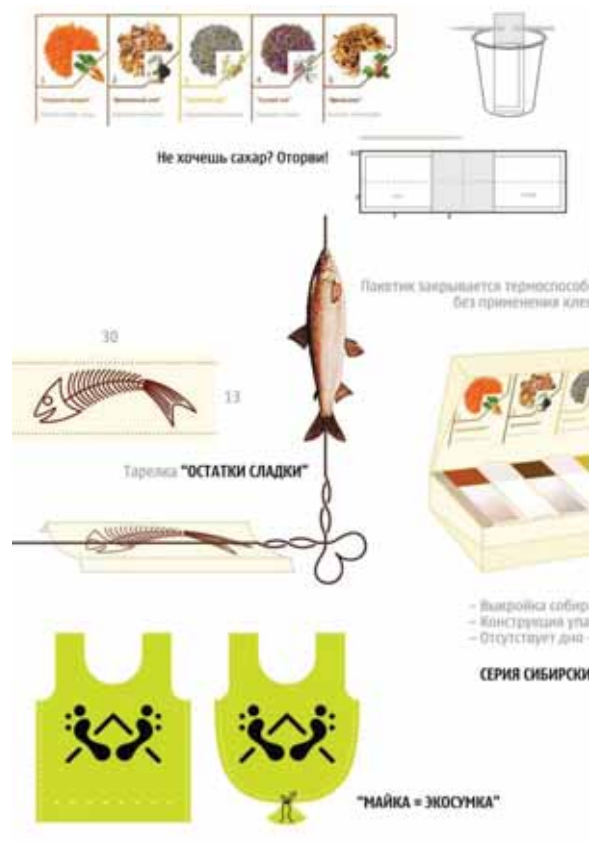
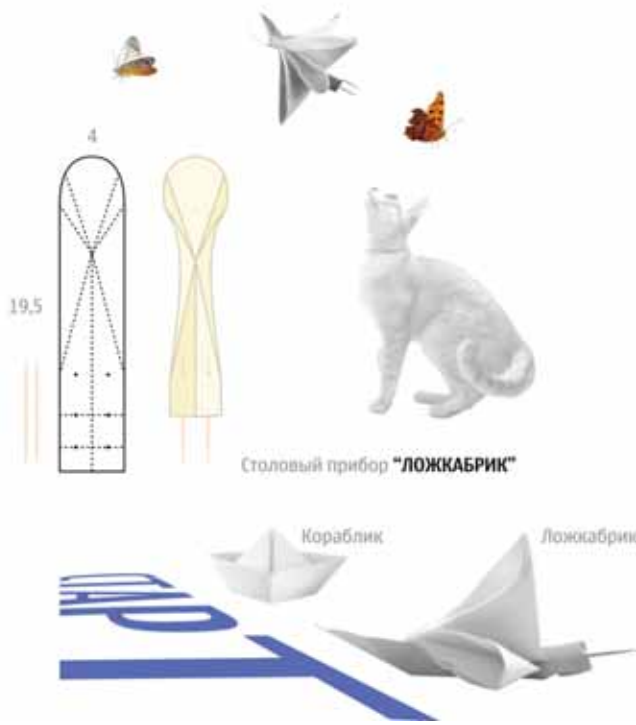
Одним из ключевых моментов в этом плане становится обращение к реалиям места, попытке проявить своеобразие материального мира региона профессиональными художественно-проектными средствами. Важным инструментом позиционирования территории и / или корпорации среди других регионов и фирм является имидж, сознательно формируемый специалистами и закрепленный в виде бренда. Рамочным контекстом для этого выступают системы идентификации в пространстве глобального мира и транснациональ-

ных культур. Концепции глобализации⁷, в основе которых лежит дихотомия локальное – глобальное, задают новые представления о целом как особой логике глобализационных процессов, что также существенно для процессов формирования специалистов.

Кроме того, немаловажной частью дипломной работы становится выполнение макета или модели фрагмента диплома, либо исполнение его в материале. С этой целью в процессе подготовки предусматриваются циклы спецкурсов, которые позволяют научить студентов выбирать наиболее творческие решения для создания образа и его воплощения в соответствующем материале. Сбалансированное сочетание дисциплин, посвященных работе в различных техниках и материалах, с курсами компьютерного проектирования и компьютерных технологий, нахождение «материальной привязки» в пространстве виртуальных иллюзий / моделей становится актуальной задачей подготовки специалистов на кафедре дизайна НИ ИргТУ.

При выполнении дипломных работ сочетание виртуального моделирования с «работой в материале» проявляется в компьютерном проектировании средовых объектов, графической продукции, коллекций одежды, комплексов ДПИ, создании анимационных роликов, которые сопровождаются выполнением в материале элемента оборудования либо макета, пакета рекламной информационной и сувенирной продукции, моделей одежды, натурное изготовление объектов прикладного искусства.

Как часть такого осознания реальности, специфики «места» кафедрой дизайна разрабатывается проект «Провинциальный дизайн», в котором объект исследования трактуется в качестве составляющей художественно-проектной культуры региона, способа создания художественно-привлекательной среды города, системы жизнедеятельности и жизнеобеспечения города, средства повышения качества жизни и особой формы идентификации и индивидуализации. Идентификация при этом определяется «как совокупность различных качеств и характеристик, способных



выделить территорию среди множества других и облегчить процесс ее распознавания, сделать ее уникальной... Понятие «идентификация города» связано с выделением особенных черт и различий, присущих данной территории⁸. И роль проектировщика (архитектора, дизайнера, художника-прикладника и др.) заключается в умении «наделить» среду этими специфическими чертами, превратив территорию в «место» собирания образов и формирования идентичностей. Одна из основных задач задуманного проекта формулируется как намерение выявить грани идентичности «места», для чего необходимо соединить историю и современность «места», традицию и новые технологии, постигнув особую специфику того и другого, изучить и различить локальное и транснациональное и превратить особенности «местного» дизайна в актуальный бренд. Кроме того, предполагается выявить отличительные черты самого понятия «провинциальный дизайн» и показать это на примере Иркутска и региона в целом.

Фрагментом этого исследования является дипломная работа «Провинциальный дизайн: экологический тренд»⁹. Обращение к экологической составляющей провинциального дизайна как форме проявления исключительности «места» предопределено не только актуальностью темы для художественно-проектной культуры Сибирского региона, но и современными тенденциями в обществе с характерным стремлением к культурной самоидентификации и встроенности в глобальные процессы развития. И это только первый шаг по пути постановки и решения проблемы.

Набирающая силу трансформация Иркутска в туристический центр, приводит к тому, что Байкал, Листвянка и КБЖД испытывают все большие нагрузки от функционирования их в качестве рекреационно-досуговой зоны. Поэтому общая идеология проекта, формулирующего концепцию экологически ориентированного дизайна, состоит в осмыслении культурного ландшафта, предназначенного для рекреации и туризма на Байкале, организованного таким образом, чтобы сохранить природные достоинства естественных бай-

кальских ландшафтов, сделать их устойчивыми к рекреационным нагрузкам и приспособить территорию к использованию в целях отдыха и экологического воспитания населения.

В качестве объекта исследования выбрана зона Листвянки и КБЖД, по результатам изучения которых сформированы проектные концепции и предложения по созданию имиджевой продукции. Проектная концепция выстроена на интерпретациях ключевых сюжетов, так или иначе связанных с образами экологии и специфики места, которые сами по себе составляют оригинальные авторские находки. Креативность и детальность проектных предложений (макет иллюстрированного издания с детальной проработкой разделов, комплекты рекламно-информационной и сувенирной продукции, фрагменты оборудования среды и пр.) заслуживают особого внимания. При этом несомненный интерес вызывают сочетание различных приемов макетирования, фотографии и типографики, использование реальных объектов в неожиданных контекстах и др.

Для выполнения работы дипломницей проведен обстоятельный предпроектный анализ и собран обширный материал о тенденциях развития экологического дизайна в России и за рубежом, о природных ресурсах территории, специфике жизни административно-территориальных единиц Иркутской области, об истории поселка Листвянка и современной роли «места» в контексте становления региона в качестве туристической территории, о Кругобайкальской железной дороге как «золотой пряжке», соединяющей разные традиции и регионы.

На основе проведенного исследования формулируются проектные предложения, суть которых отражена в трех базовых сюжетах. Первый раздел (сюжет) «отдан» местным ресурсам как основе для понимания специфики региона и базе для формирования «природообразного» сознания проектировщиков. Результатом, проектным продуктом и внедрением теоретических исследований стала книга-справочник, прообразом для названия которой послужила забавная

развитие градостроительства и архитектуры Иркутска сотрудникам кафедры вручены благодарности мэра Иркутска, юбилейные медали Иркутска, благодарственные письма предприятий и фирм города и области, дипломы и грамоты творческих союзов России – Союза архитекторов, Союза дизайнеров, Союза художников и др. О качестве подготовки свидетельствуют итоги государственных аттестаций, в соответствии с которыми – 91–95 % дипломных работ традиционно защищаются на отлично и хорошо. При этом большинство работ выполняется по темам, предложенным кафедрой, либо по заявкам муниципальных и частных предприятий. Руководство дипломным проектированием осуществляется ведущими преподавателями кафедры, кандидатами наук, членами творческих союзов России: В.М. Акуловым, Н.В. Грогуль, М.Б. Дагдановой, В.В. Дейкуном, И.В. Дьяченко, О.А. Игнатъевой, О.Е. Железняк, А.Ч. Зандраевым, М.Г. Захарчук, О.Ю. Копенкиной, М.В. Корелиной, Е.Н. Курочкиной, А.Ю. Ладейщиковым, А.В. Лукьяновой, С.В. Мурашовой, А.А. и Д.В. Новопашиными, Т.П. Петровой, Н.М. Поповой, А.Н. Прокудинным, Е.В. Пуляевской, Т.Ю. Смертиной, А.В. Шолоховым, Е.В. Шубабой. Все эти годы кафедра дизайна достойно представляет Государственный технический университет и город на международных и всероссийских художественно-проектных форумах. В частности, за последние пять лет сотрудники кафедры стали лауреатами и дипломантами более 90 международных, российских и региональных выставок и конкурсов; свыше 400 студенческих работ отмечены медалями, дипломами и грамотами, среди которых – медаль, дипломы и грамоты Министерства образования РФ; около 100 наград международных конкур-

> Разработка молодежной коллекции для активного отдыха «Сорок семь», автор М. Демкова, руководитель С. Мурашова (фрагмент)



сов и выставок, более 200 дипломов, грамот и премий межрегиональных и российских фестивалей и выставок, дипломы и грамоты творческих Союзов России.

В целом, данные последних лет свидетельствуют о достаточно высоком рейтинге школы в профессиональном сообществе.

7. Robertson R. Globalization: Social theory and global culture. London, 1992; Waters M. Globalization. London and N. Y., 1995.

8. Жердева О. В. Роль маркетинга в идентификации территорий. – <http://www.mavriz.ru/articles/2006/2/4071.html>

9. «Провинциальный дизайн: экологический тренд», автор Ю. А. Корниенко, руководители: проф. О. Е. Железняк, доц. Т. Ю. Смертина.

10. Разработка молодежной коллекции для активного отдыха «Сорок семь», автор М. С. Демкова, руководитель доц. С. В. Мурашова.

миниатюрная «живность» землеройка. Макет книги имеет индивидуальную авторскую конструкцию. Параметры справочника соответствуют размерам 13,5 x 29 см, при этом страницы с разделами о подземных богатствах увеличены на 1 см по высоте, что осуществляет функцию навигации, разбивая книгу-справочник на блоки; нумерация страниц отсутствует, а ее роль выполняют порядковые номера, присвоенные районам, входящим в Иркутскую область. Обложка раскладная, в качестве переплета используется шивка пружинкой из сухой травы.

Вторая концепция посвящена раскрытию возможностей «эко-тренда» в системе туристического бизнеса и дизайна среды в туристической зоне. Объектом исследования и проектирования выбрана Листвянка. Автор рассматривает разные аспекты существования Листвянки в качестве рекреационно-досуговой зоны и предлагает профессиональные средства для решения: от реалий материальных ценностей места и способов оформления среды с учетом особенностей ее жизни к системе виртуальных образов-брендов в виде рекламных продуктов. Для темы питания разрабатывается экологичный многофункциональный столовый прибор, набор сувенирного чая из местных растений в авторской упаковке и др. Навигационная система включает комплекс пиктограмм «Орнаменталика», символизирующих культуру, стереотипы и особенности места; а также - спроектированные автором разнообразные вертушки, которые оказываются вполне уместными для территории, где постоянно дуют ветра. Тема одежды сопровождается созданием простой и экологичной обуви для передвижения по каменистому берегу и полифункциональной майки-сумки. В состав набора сувенирной продукции входит лампа «Крыжовник», представляющая собой своеобразный «шар природы», напоминающий крыжовник – сибирский мини-арбуз. Корпус для пишущих средств «ЭКОРПУС» выполнен из натуральной ветки, внутри которой вставлен стержень (грифель, уголь и другие материалы для графики). Еще один компонент пакета сувенирной продукции представляет собой биокалендарь «ИРКОБЛИК», который

состоит из природных миров (флора и фауна Иркутской области): мир рыб, мир птиц, мир растительности (ягода, лесные насаждения, грибы) и мир животных. Календарь печатается на холсте с креплением на веревке, порезан на ленты по месяцам, с обратной стороны пронумерованный список названий.

Последняя третья концепция обращена к экологическим тенденциям в дизайне рекламно-информационной и сувенирной продукции для Кругобайкальской железной дороги. Результатом работы явилась самая подробная карта, которая охватывает все составляющие этого уникального «музея под открытым небом» (археологию, реки, распадки, мысы, бухты, населенные пункты, архитектурные сооружения, места для стоянок и отдыха и пр.). Карта представлена в компактном карманном варианте («раскладушка» двухсторонняя), а также автором предлагается «Кругобайкальский шарф» по типу инфографики, распечатанный на натуральном шелке.

Проектная часть диплома демонстрируется на 6 планшетах (6 кв. м), образцы натурные включают комплект полиграфической и сувенирной продукции; все это сопровождается пояснительной запиской со всеми необходимыми разделами и рефератом по теме диплома. В целом работа представляет собой готовый к применению, конкурентоспособный продукт, в котором автор удачно сочетает профессиональное владение современными цифровыми технологиями и навыками виртуального моделирования со знанием экологических материалов и технологий и высоким уровнем технического исполнения в материале.

Тема экодизайна как специфики проживания территории находит своеобразную поддержку в разработке коллекции одежды для активного отдыха «Сорок семь».¹⁰

Осознание гармонии окружающего мира, ощущение и сохранение потоков энергии – такова суть природосообразного существования человека, обеспечение которого является целью деятельности профессионалов, занятых формированием жизненной среды. При



этом в задачу дизайнера костюма входит создание своеобразного «кокона», сохраняющего внутренний мир человека и одновременно служащего средством контакта с окружающим внешним миром. Именно такую роль играет традиционная одежда, как правило, выполняемая из натуральных материалов, авторская интерпретация которой и положена в основу дипломной коллекции. В частности, прообразом послужила модель зипуна, неизменной сибирской одежды с длинными рукавами и небольшим стоячим воротником, украшенной тесьмой (у шива клиньев) либо кожей (иногда кумачом) по рукавам и вороту. Дипломница создает современную коллекцию верхней одежды, сохраняя достоинства и преимущества традиционной одежды, в том числе использование натуральных материалов и технологию изготовления, когда швы выполняются встык вручную для «правильного движения жизненной силы вокруг тела человека»; женская модель традиционно одета в юбку, которая помогает накапливать энергию стихий. Базовый цвет коллекции – нейтральный серый, характеризующий состояние равновесия. Мужские модели включают в себя декорированные куртки – «зипуны» из шерстяного нетканого полотна (с рукавом небольшого объема, прогнутым в локте, с объемными воротниками различной формы) и стеганые брюки изо льна с хлопчатобумажными вставками; женская модель состоит из куртки – «зипуна» с капюшоном и стеганой юбки, выполненных из шерстяного нетканого полотна. В целом весь модельный ряд выдержан в тенденциях «эко-моды» и показывает пристальное внимание и ценностное отношение автора к культурным традициям «места».

К продолжению сюжета идентификации территории как формы профессионального постижения реалий места и особенностей Сибирского региона, в частности, можно отнести размышления о Байкале как о системе образов-симуляций и реальном объекте; опыты формирования брендов Байкала, различные интерпретации имиджа и отдельных его составляющих.

Обсуждая Байкал как территорию, требующую специального внимания, наряду с экологическими проблемами, вероятно, следует говорить также о культурной многослойности и субкультурной множественности, которые порождают разные «чувствования» территорий и формы отражения этих «переживаний». При этом важно учитывать существование различий «между местным и глобальным восприятием, а также изменения взаимосвязей между подлинным или действительным опытом и восприятием, опосредованным средствами массовой информации»¹¹. Соответственно этому проектируемые образы должны отражать «эйдос» места, строиться на реальных исследованиях специфики территории и на основе мифологических представлений, априори включая в себя постулаты экологической сообразности, идентичности и уникальности, и одновременно оперировать транскультурными стереотипами, быть максимально адекватными общепринятым имиджам.

Попыткам создать такой имидж посвящена одна из дипломных работ – «Байкал. Графический комплекс идентификации места»¹². Актуальность темы предопределена значимостью самого объекта проектирования и общим интересом к продвижению бренда Байкала, который вызывает необходимость создания имиджевой продукции с хорошо смоделированным образом территории. Ключевым моментом авторской концепции является блок из четырех книг, своеобразных «книг мудрости», сокровенных тайн Байкала об уникальной живой воде и чаше Байкала, традиционной и современной жизни территории и пр. Четыре книги, предложенные автором, служат специфической формой передачи образов идентичности места, рассказа об его специфике, воспитания чувства места и пр. Они задуманы как информационный и художественный продукт, включающий широкий диапазон знаний и образов Байкала, которые, собранные воедино, создают целостную концепцию идентификации места. Дизайн разворотов книги, выполненный в элегантно манере и предлагаемая структура издания дают общее представление о графическом продукте. Печатная про-

¹¹ «Байкал. Графический комплекс идентификации места», автор Р. Золотой, руководители О. Железняк, Т. Смертина (фрагмент)

11. Жердева О. В. Роль маркетинга в идентификации территорий. – <http://www.mavriz.ru/articles/2006/2/4071.html>

12. «Байкал. Графический комплекс идентификации места», автор Р. Г. Золотой, руководители: проф. О. Е. Железняк, доц. Т. Ю. Смертина.



^ «Дизайн зимних рекреационно-досуговых пространств Иркутска», автор Д. Богдашина, руководители О. Железняк, М. Захарчук, А. Ладейщиков (фрагмент)

дукция сопровождается электронной версией книг, что не только делает эту имиджевую продукцию соответствующей современным технологиям, но и значительно увеличивает степень доступности книг и широту пространства.

Наряду с этим автор разрабатывает традиционный пакет рекламно-информационной и сувенирной продукции, включающей элементы фирменного блока, рекламные плакаты, растяжки, календари, уникальные сувенирные разработки и классические образцы. Особый интерес представляют наборы с байкальской водой, туристические комплекты и пр.

Еще одним объектом, существенным для осознания специфики территории, является Байкальский тракт, который уже сегодня служит важной коммуникационной связью в инфраструктуре региона, обеспечивающей повседневную жизнедеятельность территории и развитие туристического бизнеса. И значимость его возрастает, обретая функции культурного и рекреационно-досугового объекта, а не только простой магистрали, связывающей ключевые пункты трассы. Сложившаяся в настоящее время информационная структура представляет собой невыразительный набор знаков, указателей, дорожных аксессуаров, остановок общественного транспорта и мест отдыха, требующих реорганизации.

Сложность проектной задачи заключается в сложности самого объекта проектирования, так как процесс его создания представляет собой целый комплекс проблем от учета градостроительных решений до формирования полиграфической и сувенирной продукции. Представление Байкальского тракта в виде цельной информационно-коммуникативной системы интересно само по себе и может служить основой для формулирования проектной концепции. Поэтому целью дипломной работы «Байкальский тракт – информационно-коммуникативная система»¹³ является объединение разрозненных объектов в единый сюжет. Предложенный автором образ рыбы, «хребтом» которой становится тракт с «ребрами» нанизанных на него

объектов культуры и естественной природы, пунктов обслуживания, досуга и пр., и палитра синих цветов составляют основу проектного решения.

Для реализации своего замысла дипломник разрабатывает конструктор из элементов-знаков, позволяющих создавать различные модули и комплекты, соответствующие конкретной ситуации каждого места. Разнообразие компонентного набора дает возможность формировать необходимый предметно-пространственный комплекс, позволяющий осуществлять информационно-коммуникативную и рекреационно-досуговую функции. Предлагаемый конструктор объединяет Байкальский тракт в единую систему, описывающую достопримечательности места, его уникальные особенности. Так каждый указатель населенного пункта представляет собой арт-объект в виде изображения животных, например, знак Большая Речка имеет фигуру зверька в виде норки, учитывая наличие в селе зверофермы, поселок Никола – рыбу, поселок Листвянка – Нерпу и т. д.

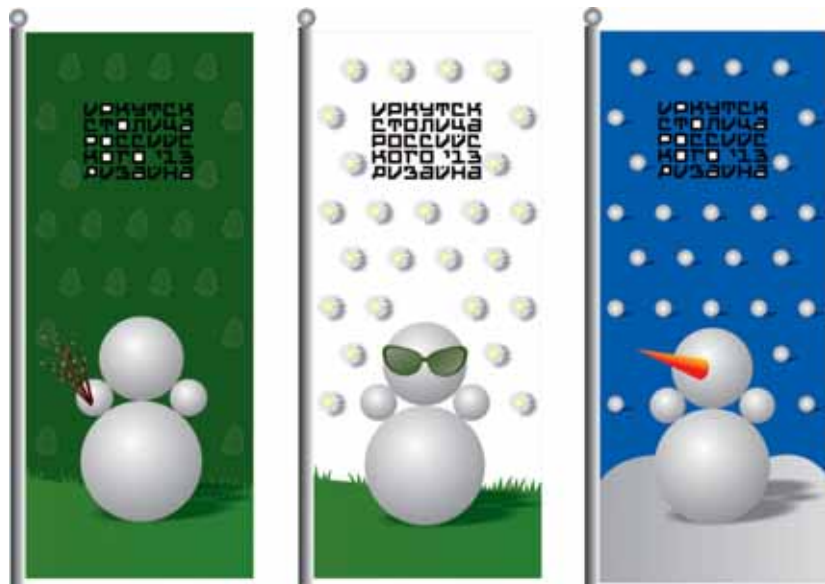
Комплект объемно-пространственного конструктора сопровождается пакетом полиграфической продукции с информацией о привлекательности Байкальского тракта для жителей региона и туристов, о системах функционирования территории и пр. Интерес представляет образ рыбы, положенный в основу карты-схемы по всему тракту. Кроме того дипломником разработана серия индивидуальных информационных буклетов, сопровождаемых авторскими натурными обследованиями и фотофиксациями.

Своеобразное развитие тема идентификации Байкальского тракта находит в концепции организации улицы Байкальская как рекреационно-досуговой зоны для зимнего отдыха.

В дипломной работе, посвященной этой теме¹⁴, автор обращается к нестандартному использованию традиционного материала в формировании городской среды и авторской интерпретации обычаев проведения зимних игр и праздников, созданию «зимней мебели» и оборудования для города. Значительный объем инфор-

13. «Байкальский тракт – информационно-коммуникативная система», автор В. В. Мезенцев, руководители: О. Е., Железняк, С. В. Мурашова, В. В. Дейкун.

14. «Дизайн зимних рекреационно-досуговых пространств г. Иркутска», автор Д.В. Богдашина, руководители О.Е. Железняк, М.Г. Захарчук, А.Ю. Ладейщиков.



мации, собранный в ходе изучения отечественного и зарубежного опыта, функциональный и структурно-композиционный анализ территории позволяют дипломированные специалисты задать структуру праздничного оформления отдельных фрагментов улицы как целостной системы. В процессе реализации концепции, автором отработана серия предложений для оформления фрагментов городского пространства, представляющих собой достаточно универсальный комплект, который дает возможность получить максимально разнообразное оформление среды и ее полифункциональное использование в течение всего зимнего периода.

«Улица праздника» начинается с детской площадки у Театра кукол «Аистенок» с целой серией игрового оборудования из снега и льда, тоннелей и лабиринтов, а затем отдельными знаками-символами года направляет горожан вдоль улицы Байкальской к следующим развлекательным зонам, одна из которых размещена на бульваре Постышева. От остановки вниз на основную ось праздничного пространства последовательно нанизываются арочная конструкция, ледяной городок с катальными горками и лабиринтами и анфилада светящихся ледяных блоков. Тема Обледенения, развивающаяся в пространстве «зимнего пляжа», расположенного на территории залива у микрорайона Солнечный. Естественный лед используется для организации катков и создания оборудования игрового пространства; композиционным центром служит елка с системой временных сооружений для обеспечения обслуживания этой рекреации; все украшено ледовыми скульптурами и неизбежным символом 2013 года – гигантской

(ледяной) змеей; вход со стороны плотины зрительно соединяет площадку с транспортным кольцом, в центре которого также предусмотрено новогоднее оформление. Кроме того, заложенные в проекте решения позволяют проводить различные пиротехнические шоу, акции, хеппенинги и пр. Учитывая короткий световой день в зимнее время, автор предусматривает варианты цветосветового дизайна для вечернего / ночного состояния улицы. Все это в целом создает яркий, позитивный образ, столь необходимый для праздничного города и создания запоминающегося имиджа, для презентации которого автор выполняет виртуальную симуляцию – проект и фрагмент этого проекта в макете с разработкой варианта вечернего освещения.

Брендингованию территорий, созданию имиджа города, корпораций и фирм отводится все больше места в жизни современного общества и в деятельности профессиональных проектировщиков, т.к. на рынке товаров и услуг, по мнению Д. В. Иванова, теперь обращаются даже не ожидания, как ранее предполагал Кейнс¹⁵, а имиджи.

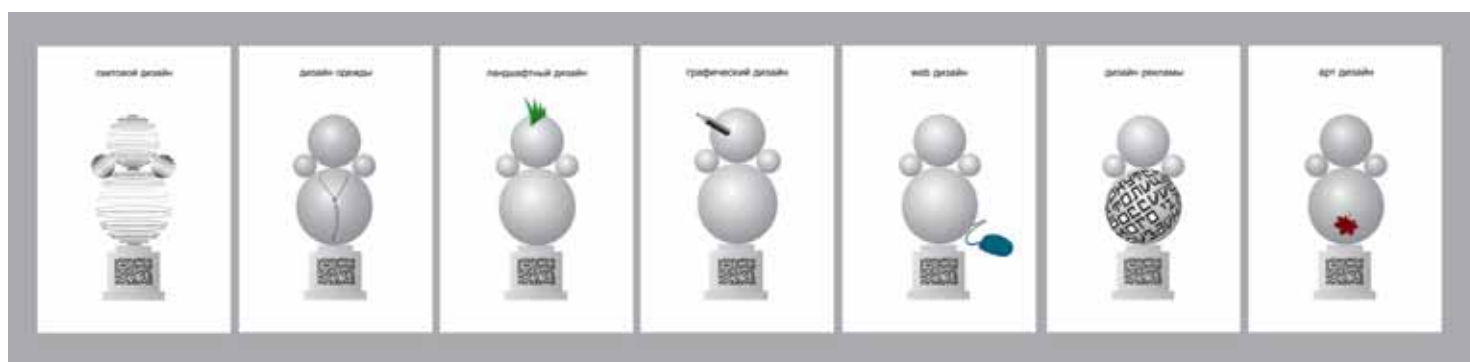
Частью объемного цикла разработок, посвященных формированию корпоративных имиджей и фирменных стилей, которыми занимается кафедра в рамках курсового и дипломного проектирования, является работа Шурыгиной Марины «Фирменный стиль фестиваля «Иркутск – столица российского дизайна – 2013»»¹⁶.

Основная проблема, возникающая при проектировании таких нетривиальных объектов, как стиль ежегодного Российского фестиваля дизайна, заключается в

¹⁴ v «Фирменный стиль фестиваля "Иркутск – столица российского дизайна – 2013"», автор М.А. Шурыгина, руководители О. Е. Железняк, В. В. Дейкун (фрагмент)

15. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. проф. Н.Н. Любимова; под ред. Л. П. Куракова. М. : Гелиос АРВ, 2002.

16. «Фирменный стиль фестиваля "Иркутск – столица российского дизайна – 2013"», автор М.А. Шурыгина, руководители О.Е. Железняк, В. В. Дейкун.



v «Байкальский тракт – информационно-коммуникативная система», автор В. Мезенцев, руководители О. Железняк, С. Мурашова, В. Дейкун (фрагмент)

> Комплект памятных медалей, посвященных городу Иркутску, автор А. Свидзинская, руководители Т. Ерошенко, О. Пономарева, А. Новопашина (фрагмент)



17. Комплект памятных медалей, посвященных городу Иркутску, автор А. Свидзинская, руководители Т.А. Ерошенко, О.В. Пономарева, А.А. Новопашина.

18. Д. В. Иванов. Виртуализация общества. СПб: Петербургское Востоковедение, 2000. С. 46.

19. «Фирменный стиль лечебно-консультационного центра "Формула здоровья"», автор Я. Безбородова, руководители О.А. Игнатъева, Т. Ю. Смертина, консультант В.В. Дейкун.

необходимости смоделировать образ универсальный, транскультурный, адекватный общим стереотипам, с одной стороны, и в то же время отражающий специфику, идею конкретного фестиваля – с другой. В поисках решения этой дилеммы автором были предложены разнообразные варианты и концепции образа. Главный акцент в работе сделан на создании фирменного сопровождающего персонажа, последней версией которого стала неваляшка-снеговик. Такой имиджевый образ не случаен, так как «неваляшка» может трактоваться как идеальный дизайн-объект и одновременно традиционная игрушка. Этот выбор может быть предметом дискуссии, но персонаж и различные его воплощения в авторской интерпретации выглядят вполне убедительно, выполняются дипломицей на хорошем профессиональном уровне, имеют широкий диапазон использования, как в рекламно-информационной продукции и при создании сувениров, так и в качестве объектов городской среды. Все разработанные компоненты фирменного стиля выполнены в материале в натуральную величину либо в макете.

К теме проявления идентичности места, поиску способов и средств закрепления символов «места» обращена дипломная работа «Комплект памятных медалей, посвященных городу Иркутску»¹⁷. Коллекция состоит из пяти медалей, на аверсе которых изображены архитектурные памятники Иркутска (Драматический театр имени Н. Охлопкова, бывшее отделение Русско-Азиатского банка, Казанский кафедральный собор, Амурские ворота, Московские ворота), реверс медалей украшен гербом Иркутской губернии. Медаль как особый знак события, места и материализованный образ может служить элегантно-сувенирным и исключительным средством формирования имиджа территории и его продвижения.

Разработка и использование корпоративной айдентики, будучи неотъемлемым атрибутом стратегии развития муниципальных и коммерческих компаний, фирм и учреждений, вольно или невольно превращается в очень важный инструмент, основу формирования вир-

туальных симуляций. Это обусловлено тем, что имидж предприятия /организации, включающий продуманную систему брендинга, во многом определяет репутацию, успех и продвижение на рынке предлагаемых услуг и товаров, так как в соответствии с концепцией симулятивного замещения «образ фирмы не только является фактором стоимости ее продукции, этот образ обладает собственной и даже самоудовлетворяющей стоимостью. В качестве специфического товара он выбрасывается на... рынок»¹⁸.

В рамках дипломного проектирования на кафедре дизайна, как правило, разрабатываются фирменные стили и бренды для муниципальных предприятий и организаций или коммерческих фирм города и области, в частности, в этом году такими заказчиками стали Комитет по социальной политике и культуре администрации г. Иркутска, рекламно-издательский центр «Автострада», лечебно-консультационный центр «Формула здоровья», ИП Ануриев Д.А., производственно-коммерческий центр «Самарка», ООО «Усть-Илимскхлеб», ООО «Дом моды», ОАО «Комекс», МОУ СОШ № 12 г. Иркутска, «Аэронавигация Восточной Сибири», ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» и др.

В качестве примера можно обратиться к диплому Я. А. Безбородовой,¹⁹ целью которого является создание запоминаемого имиджа лечебно-консультационного центра «Формула здоровья», отражающего характер и специфику деятельности медицинского учреждения, с одной стороны, привлекательного для потребителей и конкурентоспособного на рынке медицинских услуг – с другой. Потребность создания фирменного стиля с полным комплектом рекламно-имиджевой и сувенирной продукции вызвана тем, что лечебно-консультационный центр постоянно развивается, расширяя сферу своей деятельности. Это требует от фирмы повышения конкурентоспособности, а наличие качественно проработанного и грамотно продвигаемого на рынок бренда (даже если это только виртуальный, но искусно смоделированный образ) служит свидетельством достаточной надежности и стабильности фирмы и вызывает доверие к такой клинике.



Основная идеология авторской концепции фирменного стиля может быть выражена словами: «Здоровым быть здорово и модно». Поэтому предлагаемый логотип представляет собой стилизованного спортсмена, демонстрирующего свою стать и здоровье, очертания фигуры которого напоминают букву «Ф» – начальную букву названия центра. В качестве фирменных цветов выбраны оттенки зеленого, с красным акцентом в виде буквы «з». На основе фирменного знака разработан фирменный блок и создан полный пакет рекламно-имиджевых носителей. Обращает на себя особое внимание нестандартное решение календарей, в основу которого положено потребительское, бытовое описание боли, выражаемое словами «защемило», «давит», «хрустит» и др. Для каждого типа боли, в соответствии с ее «характером» придуманы образы, зафиксированные соответствующими объектами, что в целом создает своеобразную игровую ситуацию, формируя вполне позитивный имидж. Представляет интерес и неожиданное использование довольно стереотипного элемента – пазла – в рекламно-информационных продуктах, которые созданы для рекламного сопровождения процессов становления такого направления деятельности центра, как мануальная терапия. Проектируемая автором концепция также находит свое развитие в дизайне интерьерного пространства и промомолике. Для работы с фирменным стилем и продвижения бренда Центра на рынок медицинских услуг автором пред-

лагается руководство по фирменному стилю.

Аналогичный пакет проектной документации и комплект продукции с промомоликом для создания графического и рекламного образа фирмы «КОМЭКС» разработан в рамках диплома Алексея Котомцева²⁰. Обе работы выполнены по реальному заказу, что вызвало необходимость освоения практических навыков работы с заказчиком, умения сочетать индивидуальные запросы заказчика с авторским видением.

Еще один цикл работ посвящен довольно актуальной на сегодня теме, связанной с развитием системы технопарков и повлекшей за собой необходимость создания брендов этих структур, строительство новых зданий и сооружений либо реконструкцию действующих.

Речь идет прежде всего о Технопарке НИ ИрГТУ. Для наиболее полноценного использования научно-технического потенциала ИрГТУ и формирования инновационной предпринимательской среды в рамках дипломного проектирования на кафедре дизайна создаются основные компоненты корпоративного бренда: концепция фирменного стиля Технопарка ИрГТУ²¹, проекты интерьеров и благоустройства Технопарка № 2 ИрГТУ²².

Фирменный стиль Технопарка ИрГТУ, как базовая составляющая виртуального образа, нацелен на формирование узнаваемого и конкурентоспособного стиля, содействующего успешной работе, привлечению инвесторов и заказчиков. Основная проблема, с кото-

²⁰ «Фирменный стиль лечебно-консультационного центра "Формула здоровья"», автор Я. Безбородова, руководители О. Игнатъева, Т. Смертина, консультант В. Дейкун (фрагмент)

²⁰ Разработка фирменного стиля и рекламной концепции для фирмы «КОМЭКС» (отделение ветеринарных аптек), автор А. А. Котомцев, руководители А.В. Шолохов, О.Е. Железняк, Т.Ю. Смертина.

< Разработка фирменного стиля и рекламной концепции для фирмы «КОМЭКС» (отделение ветеринарных аптек), автор А. Котомцев, руководители А. Шолохов, О. Железняк, Т. Смертина (фрагмент)



21. Концепция фирменного стиля Технопарка ИрГТУ с разработкой системы визуальной навигации, автор А. Ю. Никифорова, руководители О.Е. Железняк, В.В. Дейкун, консультант А.В. Шолохов.
22. Дизайн-проект интерьеров Технопарка ИрГТУ №2, автор Ю.А. Киргизова, руководители О.Е. Железняк, С.В. Мурашова, В.М. Акулов; Благоустройство территории Технопарка №2 ИрГТУ с разработкой оборудования, автор А.В. Ступина, руководители О.Е. Железняк, В.М. Акулов, М.В. Корелина.
23. Дизайн-проект интерьеров Технопарка ИрГТУ №2, автор Ю. А. Киргизова, руководители О. Е.Железняк, С.В. Мурашова, В.М. Акулов.
24. Благоустройство территории Технопарка № 2 ИрГТУ с разработкой оборудования, автор А.В. Ступина, руководители О.Е. Железняк, В.М. Акулов, М.В. Корелина.
25. Дихотомия «виртуальное-реальное» при формировании предметно-пространственной среды и конкретных объектов в ходе дипломного проектирования раскрывается через непрерывный процесс преобразования виртуальных образов в реальные и наоборот и включа-

рой столкнулась дипломница, состоит в том, что в рамках единой структуры Технопарка сконцентрированы различные научные направления. В связи с этим пришлось погрузиться в специфику деятельности Технопарка и его подразделений, на основе анализа которых сформулирована единая концепция, представляющая собой детально продуманную стратегию.

Сквозная идея использования полупрозрачных, объемно-пространственных конструкций (так что прочтываются все структуры и механизмы) позволяет объединить единым образным решением такие проекты как машиностроение, авиастроение, строительство, транспорт, энергетику, нанотехнологии, медицину и программирование. Результатом работы стали элегантные фирменные блоки для каждого подразделения, которые позволяют сформировать и поддерживать четко идентифицируемый целостный имидж. Автор разрабатывает пакет материалов, необходимых для продвижения бренда Технопарка ИрГТУ, предлагая, наряду с традиционной рекламно-информационной и сувенирной продукцией, систему выставочного оборудования и научно-популярный журнал «Технопарк» о высоких технологиях, ориентированный на специалистов, студентов, работников технопарка и др. Журнал проектируется как ежемесячное периодическое издание, в котором рассказывается о последних новостях техники (гаджетах, компьютерах, электронных изобретениях и пр.), об открытиях, изменивших мир, и разработках НИ ИрГТУ. Кроме того, в дипломе моделируется система навигации по зданию Технопарка, которая свидетельствует о хорошем сервисе и заботливом отношении к сотрудникам и гостям «парка». Основным элементом навигационной системы служит цвет, выполняющий дифференцирующую и ориентирующую функцию, в том числе в виде «цветных линий-указателей».

Для грамотного использования фирменного стиля и презентации бренда Технопарка ИрГТУ на рынке инновационных исследований дипломница разрабатывает руководство по фирменному стилю, в котором учитываются как виртуальные формы распространения информации, так и твердые носители имиджевых характеристик.

Следующим моментом создания корпоративного стиля Технопарка ИрГТУ является формирование его «материальной составляющей» – интерьеров и благоустройства нового здания Технопарка-2.

Учитывая, что интерьер предприятия / фирмы играет немаловажную роль в наполнении «реальным» содержанием рекламных образов и брендов, служит своеобразным «лицом» компании, проектирование имиджевого, представительского интерьера стало центральной задачей дипломного проекта Ю. А. Киргизовой²³.

В поисках решения автор обращается к использованию довольно нестандартных и запоминающихся образов, что прежде всего проявляется в создании «презентационных» интерьеров второго этажа: выставочных залов и помещений для проведения банкетов. Для воплощения своих замыслов дипломница использует приемы графического оформления стен, стильное цветовое решение оборудования и деталей интерьера, сложно организованную систему обеспечения освещенности помещений. При этом несомненный интерес вызывают созданные автором арт-объекты, использование реальных объектов в неожиданных контекстах и сочетания различных приемов графики.

Помимо того, что диплом по своему содержанию нацелен на проявление специфики конкретного «места» / объекта, он также демонстрирует удачное сочетание использования виртуальных образов-симуляций с погружением в предметную реальность материального мира: весь проект представлен 8 планшетами компьютерной графики, действующей моделью часов для помещения преподавательской, анимационным видеороликом, пояснительной запиской и рефератом по теме диплома.

Подробная разработка благоустройства территории Технопарка № 2 ИрГТУ и ее оборудования выполняется в рамках дипломной работы А. В. Ступиной²⁴.

Территория технопарка разделена автором на несколько функциональных зон пешеходными дорожками и включает в себя парковую аллею, комплекс фонтанов, крытые площадки и навесы, выставочную зону и амфитеатр. Для здания технопарка предложены

^ Концепция фирменного стиля Технопарка ИрГТУ с разработкой системы визуальной навигации, автор А. Никифорова, руководители О. Железняк, В. Дейкун, консультант А. Шолохов (фрагмент)

> Дизайн-проект интерьеров Технопарка ИрГТУ № 2, автор Ю. Киргизова, руководители О. Железняк, С. Мурашова, В. Акулов

↘ Дизайн-проект интерьеров центральной районной больницы п. Кутулик, автор А. Зыбцева, руководители О. Железняк, С. Мурашова, А. Прокудин





стильный дизайн фасадов и цветовая подсветка. Большая роль отводится организации ландшафта, который помогает смоделировать уникальную атмосферу, используя естественную привлекательность природы и искусственно-созданные ландшафтные формы (например, садово-парковые аллеи и лабиринты). Также дипломница разрабатывает группу фонтанов, эксклюзивные фонари, типовую скамью-фонарь для отдыха, серию арт-объектов и архитектурных форм, обеспечивающих не только реальное функционирование территории, но и формирование цельного образа, соответствующего статусу территории.

Несомненно, позитивный образ фирмы и / или имидж / бренд территории во многом обеспечивают

успех предоставляемых услуг, поэтому «неэкономические» аспекты функционирования предприятия, такие, как дизайн среды, элементы корпоративной идентификации, фирменная одежда, public relations и пр., по мнению специалистов, практически превращаются в экономический фактор. При этом средовая идентификация профессиональными художественно-проектными средствами приобретает ведущую роль как материальная основа для виртуальных симуляций-образов²⁵.

Попыткой спроектировать такой индивидуальный образ можно считать дипломный проект по разработке интерьеров Центральной районной больницы в п. Кутулик²⁶.

Больница в течение многих лет в российской практике традиционно являлась особым типом казенного

ет: создание эскизных макетов, виртуальное моделирование, чистовое макетирование, выполнение фрагмента оборудования либо изготовление изделий в натуральную величину из материалов, задуманных автором. В отдельных случаях средовой макет и \ или изделие \ оборудование в материале может быть заменено анимационным роликом, демонстрирующим «путешествие» по объекту.





ЖЕНСКАЯ МОЛОДЕЖНАЯ



^ > «Благоустройство территорий набережных в Октябрьском районе Иркутска», автор В. Кузьменко, руководители С. Мурашова, М. Захарчук (фрагмент)



становится еще более актуальной в конкретной ситуации, когда здание расположено буквально «в чистом поле». Автор предлагает как интересные вариации развития природных элементов в интерьерном пространстве: это и графика, и объемные стилизованные деревья, и тематические объекты.

Также в процессе реализации концепции, дипломницей отработана серия креативных предложений для системы освещения, разнообразных и элегантных по решению. Располагаясь на полу, стенах и потолке, они не просто существуют как декоративное наполнение интерьера, но нередко выступают средством организации пространства, фиксации планировочного решения и своеобразной системой навигации. Все это вместе в сочетании с деликатным цветовым решением, предлагаемыми элементами оборудования и пр. создает целостную картину задуманного автором пространства.

Презентационный ролик, выполненный в трехмерной анимации, гармонично ложится на самую идею дипломного проекта.

26. Дизайн-проект интерьеров центральной районной больницы п. Кутулик, автор Зыбцева А.О., руководители О.Е. Железняк, С. В. Мурашова, А.Н. Прокудин.

27. «Благоустройство территорий набережных в Октябрьском районе Иркутска», автор В. Кузьменко, руководители С. В., Мурашова, М. Г. Захарчук.

28. Коллекция женской одежды «Армейский гламур», автор Р. Галстян, руководитель М. Б. Дагданова, консультант И. И. Котоманова.

учреждения, где вопрос организации интерьера определялся только СНИПами. В то время как лучшие образцы современного отечественного и зарубежного опыта проектирования медицинских учреждений показывают все большее движение в сторону индивидуализации и усложнения интерьерных пространств, не только частных, но и муниципальных клиник. Этот разрыв и предопределяет актуальность дипломной работы, в которой автор пытается сформировать модель районной больницы, отвечающей требованиям жизни современного человека.

На грани традиционного строгого и холодного образа стереотипа отечественных клиник и рафинированной индивидуальности, дипломница выстраивает свой образ за счет дозированного и остроумного введения мотивов естественной природы. Интересная концепция проникновения природных образов в интерьер

Еще один проект, несущий идеологию кафедры, – это работа В. Кузьменко по проектированию благоустройства набережных в Октябрьском районе Иркутска²⁷. Актуальность темы диплома обусловлена неэффективностью использования береговой полосы реки Ангары, необходимостью обустройства водохранимых зон, потребностью в озеленении береговых ландшафтов и формировании рекреационно-досуговых зон. В соответствии с этим, авторская концепция включает предложения по организации новой набережной в виде трехуровневой системы, на верхнем уровне которой планируются входные площадки, велосипедные дорожки, скамейки, информационные стенды; на среднем – беговые дорожки, цветочные клумбы, выставочные пространства, скверы и детская площадка. Нижний уровень, где располагается кафе и прогулочная аллея, является кульминацией всей композиции и привлекает внимание своим неожиданным расположением ниже уровня воды.

КОЛЛЕКЦИЯ «АРМЕЙСКИЙ ГЛАМУР»



По функциональному зонированию проектируемая набережная разделена на четыре основных сектора. Первый предусматривает парадный вход со стороны бульвара Постышева и зону проведения культурно-зрелищных мероприятий, для чего здесь размещены смотровые площадки, площадки для пикников и главная площадь, где расположено кафе, служащее композиционным ядром всей набережной. Во втором секторе находятся вход со стороны ул. 30-й Дивизии, выставочные площадки под открытым небом и прогулочные аллеи. Следующий сектор образует общественный парк, в состав которого входят главный променад вдоль набережной, концертная площадка (летняя эстрада), площадка для фейерверков, кинотеатр под открытым небом и площадка для детских игр и развлечений; кроме того, на этой же территории располагается подземная парковка на 80 автомобилей. Четвертый сектор позиционируется как зона отдыха и спортивных занятий. Здесь автор предусматривает размещение благоустроенной парковой зоны, открытых водных аттракционов, тренировочных комплексов, клуба водных видов спорта и необходимых сервисных служб. Прогулочный парк с цветниками и общегородской пляж протяженностью около 700 м, входящие в состав рекреационной зоны, во многом решают проблему организации летнего отдыха горожан.

Основным формообразующим сюжетом для создания образа служит тема энергии, инициированная близким расположением проектируемой набережной к плотине ГЭС. Автор отдает предпочтение треугольным формам (своеобразным прототипам ЛЭП), используя их в планировочных и объемно-пространственных разработках. Акцентом всего композиционного решения на проектируемой территории, своеобразной точкой связи города и акватории, земли и воды служит кафе. Интересно разыгранная тема взаимодействия с водой от брутального противостояния до полного растворения и погружения в воду, становится ведущей, прозрачность стекла помогает раскрыть образ, постепенно набирая силу из «осколков» фонарей на потолке здания к сплошному остеклению банкетного зала; игра ритмических сюжетов подчеркивает основную тему.

Важной частью работы, завершающей создание развитой рекреационной зоны вдоль реки Ангары, являются предлагаемые автором система озеленения и городская мебель.

Диплом представлен в виде пакета проектных материалов и 3D-моделей, а фрагмент проекта (кафе и прилегающая территория) выполнен в макете.

Идею движения от виртуального образа-концепта к его вещественной реализации как важное направление образовательной идеологии кафедры дизайна НИ ИрГТУ достаточно наглядно можно проследить на примере дипломных работ по дизайну костюма.

Так, в коллекции женской одежды «Армейский гламур»²⁸ автор, пройдя через сложный этап эскизирования и макетирования, используя богатство возможностей военного костюма, его форм и образов, конструктивно-композиционных решений и декоративного убранства, создает современную версию женского костюма, несущего образную стилистику исторического мундира. Выбор глубоких, темных цветов с одним красным акцентом, характерных для военных мундиров, прямоугольный силуэт с расширенной, строгой линией плеча позволяют объединить в целостную коллекцию милитари-тренд и эстетику военного мундира с деловым стилем 1980-х, как символом прихода сильной женщины. Гламур, отождествляемый с темой блеска и роскоши, проявляется в фантазии декоративного убранства, эффективности использования камней и живописности вышивки пагонов, отсылающих нас к разнообразию военной атрибутики исторических костюмов.

Разработка проекта коллекции с погружением в стилистику арт-деко и последующее выполнение в материале с особым вниманием к декору и его разнообразию, характерному для источника вдохновения, отличает работу «Воспоминания об арт-деко» Е. С. Гомзяковой²⁹. Грамотная интерпретация и умелое исполнение традиционных декоративных элементов с использованием современных технологий, задуманные автором оптические иллюзии, возникающие при нало-

²⁸ Коллекция женской одежды «Армейский гламур», автор Р. Галстян, руководитель М. Дагданова, консультант И. Котоманова

29. «Воспоминания об Арт-деко», автор Е. С. Гомзякова руководитель М.Б. Дагданова, консультант И.И. Котоманова.

30. Женская вечерняя коллекция по мотивам моды 40–50-х годов, автор Е.А. Середкина, руководитель М.Б. Дагданова, консультант И.И. Котоманова.

31. Серия функциональной керамики для вестибюля школы (МАОУ «Физико-математическая школа № 56») «Следы древнего моря», автор Г. Ж. Дагданова, руководитель О. Ю. Копенкина.

32. Городская скульптура «Театральные сюжеты», автор В. Водяскина, руководители О.Е. Железняк, И.В. Дьяченко, А.В. Лукьянова.



^ Женская вечерняя коллекция по мотивам моды 40–50-х годов, автор Е. Середкина, руководитель М. Дагданова, консультант И. Котоманова (фрагмент)



^ Городская скульптура «Театральные сюжеты», автор В. Водяскина, руководители О. Железняк, И. Дьяченко, А. Лукьянова (эскизы)

жени различных материалов друг на друга – все это в целом создает выразительный образ, успешно воплощенный в материале.

Следующая коллекция женской одежды по мотивам моды 40–50-х годов³⁰, выполненная в основном макетным способом, демонстрирует процесс движения дипломницы от поисков концепции-идеи, ее изобразительного ряда в виде эскизных разработок к своеобразной «скульптурной лепке» формы в материале (сначала макета из аналогичных по свойствам тканей, затем чистовых моделей из натуральных тканей). Романтичная и очень женственная мода 40–60-х годов находит свое отражение в элегантных авторских интерпретациях темы, сложных формах и конструкциях, сочетаниях материалов и контрастной цветовой гамме.

Обращение к выполнению объектов в материале и макетированию в процессе подготовки специалистов позволяет найти взаимосвязь между образом-обозначением и реальностью обозначаемого, превратить систему образов-симуляций в систему материализованных образов; почувствовать «сопротивление материала», порою «пойти у него на поводу», поддаться его давлению, влиянию на образ. Примером такой образной реализации в материале могут служить работы Г. Дадановой³¹ и В. Водяскиной³². Эскизные разработки в материале и графике, как наиболее характерный подход при работе художников декоративно-прикладного искусства, позволяют почувствовать различные свойства материалов еще на стадии поиска образов и найти наиболее подходящий вариант соответствия придуманного (виртуального) образа реальному, воплощенному.

В частности, при создании серии функциональной керамики «Следы древнего моря» дипломница еще на этапе формирования концепции провела колоссальную работу с разнообразными материалами в поисках их соответствия задуманному образу, форме объекта и технологическим возможностям. Итоговая композиция состоит из трех разноразмерных объемов шарообразной формы, представляющих собой стилизованные изображения морских раковин, выполненных из белой и огнеупорной глины.

Дипломный проект «Театральные сюжеты» задуман как своеобразный арт-объект в виде скульптурной композиции из трех декоративных стульев для оформления территории, прилегающей к Театру кукол «Аистенок» в Иркутске. На стадии проекта автором выполнена целая серия эскизов в цвете и графике, а также – объемные модели в различных материалах для поиска наиболее характерных образов, соответствующих месту. Окончательный вариант представляет собой стулья-образы со сказочными персонажами, которых можно найти практически в каждой сказке, – это собирательные образы короля, принцессы и шута. Один стул со стилизованным персонажем – королем выполнен в реальном размере из бетона, облицованного керамической плиткой, шамота и дерева с использованием технологии пескоструйной обработки дерева. Установленный у театра, стул-трон уже приобрел популярность у горожан, органично встроившись в театральную жизнь.

И еще одна дипломная работа по декоративно-прикладному искусству, в которой материальная реальность, игра «вещественности», реальное взаимодействие материалов и форм, технологий обработки становятся определяющими в создании образа – это серия коллекционных салонных кукол «Изобретатели и ученые»³³.

В концепцию проекта положены идеалы свободы-мыслия и новаторства, отличающие всех персонажей коллекции, среди которых для исполнения в материале выбраны Никола Тесла, доктор Павлов, академик Курчатов, братья Райт как наиболее узнаваемые по характерным атрибутам, так как было решено создавать не реалистичных персонажей с точным портретным сходством, а художественные образы, своеобразные мифы (почти образы-симуляции, но переведенные из виртуального формата в предметно-материальный). Для воплощения этих образов-мифов используются оригинальные черты самих персонажей и знаки-символы, олицетворяющие их изобретения и открытия.

В частности, Никола Тесла сопровождается конструкциями, напоминающими резонансный трансформатор со светящимися элементами. Образ Павлова почти реф-

33. Серия коллекционных кукол «Изобретатели и ученые», автор Е. Кузнецова, руководители И.В. Дьяченко, А.В. Лукьянова, О.В. Пономарева.



^ Следы древнего моря. Серия функциональной керамики для вестибуля школы (МАОУ «Физико-математическая школа № 56»), автор Г. Даданова, руководитель О. Копенкина (фрагменты)

Поиск в материале - глине, и цветовой поиск



v Городская скульптура «Театральные сюжеты», автор В. Водяскина, руководители О. Железняк, И. Дьяченко, А. Лукьянова (эскизы)

лекторно связывается с собакой: такой умный и понимающий спутник и сопровождает седобородого врача. Курчатов, интроверт в жизни, почти маг и волшебник в науке, занятый опасной и закрытой для большинства деятельностью, изображается в длинном плаще с высоким воротом, символизирующим замкнутость и отстраненность. В руках он держит стилизованный атом, чтобы подчеркнуть свою власть над ним. Молодые и энергичные братья Райт изображены вдвоем под крыльями самолета с раскинутыми, словно в полете, руками. В качестве основного материала применяется кожа, которая дополняется металлом, служащим основой для конструкций и выполнения декоративных элементов. Особую убедительность образам придают тщательно проработанные детали в виде пуговиц на костюмах, шнурков в ботинках, головных уборов, индивидуальных очков, кожаных сумок и пр., материализуя сложившиеся мифы-образы.

Таким образом, «утрата реальности» (как акт потери различения и соотносительности обозначаемого с обозначаемым, знака-образа (симуляции) с референтом –

реальным носителем материальности) в ситуации «виртуализации общества» нередко приводит к экспансии симулятивных образов, утверждению приоритета виртуального образа над реальностью. Учитывая же тот факт, что целью профессиональной деятельности архитектора, дизайнера и художника является создание реальных «миров», объектов и сред либо сознательное моделирование образов-симуляций, то актуальными задачами профессиональной подготовки, на наш взгляд, становятся формирование навыков различения знака-образа и референта-реальности, с одной стороны; и развитие способности профессионально работать как с симулятивными виртуальными образами, так и со спецификой реального пространства, принципами формирования материальной среды и ее проживания – с другой.

Осознавая дихотомию «виртуальное / реальное» как пространство / данность современного существования профессии, дипломное и курсовое проектирование кафедрой дизайна НИ ИрГТУ ориентируется на решение задач, выдвигаемых новыми тенденциями развития художественно-проектной культуры.



< Серия коллекционных кукол «Изобретатели и ученые», автор Е. Кузнецова, руководители И. Дьяченко, А. Лукьянова, О. Пономарева (фрагмент)