

ОБРАЗ ЯК ФОРМОУТВОРЮЮЧИЙ ФАКТОР СЕРЕДОВИЩНИХ ОБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ

Сергеева Н. В., старший викладач

Черкаський державний технологічний університет

Анотація. Стаття присвячена дослідженню впливу одного з головних формоутворюючих факторів – образу на об'єкти дизайну середовища міста. Проаналізовано низку чинників, задіяних у формуванні того чи іншого образного вирішення в процесі проектування даних об'єктів.

Ключові слова: образ, образне вирішення, формоутворюючий фактор об'єктів дизайну.

Аннотация. Сергеева Н. В. **Образ как формообразующий фактор средовых объектов дизайна.** Статья посвящена исследованию влияния одного из основных формообразующих факторов – образа на объекты дизайна в среде города. Проанализирован ряд обстоятельств, задействованных в формировании того или иного образного решения в процессе проектирования данных объектов.

Ключевые слова: образ, образное решение, формообразующий фактор объектов дизайна.

The summary. Sergeeva N. V. Image as formmaking factor of environmental design objects. The article is devoted to investigation of influence one of basic formmaking factors – an image on the objects of design in the city environment. It was analyzed the link of obstacles that actioned in the forming that or this imaged decision in the projection process of these objects.

Key words: image, imaged decision, formmaking factor of design objects.

Постановка проблеми. Образ предметно-просторового оточення людини є тим комплексним емоційно-естетичним враженням, яке складається у людини і яким у сукупності володіють усі об'єкти, розміщені у певному середовищі. Тож у формуванні цілісного образу середовища не може бути неважливого. Усе, що його наповнює, від історично складених архітектурних ансамблів до сучасних дизайнерських об'єктів, так чи інакше буде впливати на образ даного середовища в широкому розумінні цього слова. А, відтак, і підходити до проектування та впровадження (так само як і виключення) в середовище будь-якого об'єкту треба всебічно осмислено, виважено й обережно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з теми, представлений у попередній статті автора [5], довів, що саме образ серед багатьох формують факторів дизайнерських об'єктів посідає чільне місце. Так, образ є тим, з чого починається робота дизайнера над створенням будь-якої форми (створення проектного образу) і тим – чим в решті-решт завершується – сприйняттям або не сприйняттям даної матеріалізованої ідеї іншими людьми. І незважаючи на те, чи буде в процесі проектування робота над образом усвідомленою та осмисленою, чи залишиться проігнорованою дизайнером – в будь-якому випадку запропонована форма – це певний образ.

З чого **мета даної роботи** полягатиме в уточненні та систематизації складових, які формуватимуть образ як один з головних факторів впливу на формування середовищних об'єктів дизайну в процесі їх проектування.

Зв'язок роботи з науковими програмами. Дослідження проведено відповідно до плану НДР кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету.

Виклад основного матеріалу. Систему образу в дизайні поділяють [1, с. 39] на три групи, які й відображають природу її представлення глядачу: кольоро-графічну (схожу за засобами з живописом та рисунком в зображувальному мистецтві); об'ємно-пластичну (за аналогією скульптурної творчості); просторову (відтворюючи можливості архітектурної організації нашого оточення). Але за будь-якого способу представлення всі дизайнерські образи мають подвійне походження: вони несуть споживачу інформацію про характер побутових або виробничих процесів, для яких пристосовані їх „носії”; володіють непов'язаними з ними візуальними властивостями (яскравістю, пластичністю, композиційною побудовою і т. п.), котрі глядач сприймає як самостійний естетичний знак, „зображуючи структуру”, що живе незалежним від функції життям.

Особливості ж сприйняття визначають специфіку властивостей образу в дизайні. А саме: функціональне забарвлення конкретного образного вирішення, яке через утилітарні завдання споживання вказує на його роль в образі (способі) життя даної людини або прошарку суспільства; загальне впізнання образних характеристик, яке викликане прагненням до оригінальності та масовістю їх тиражування, котре знайомить майже всі зрізи суспільства з відповідними візуальними прототипами; належність найбільш яскравих образних пропозицій в дизайні конкретній творчій особистості, яка розкривається через індивідуальні риси авторського „фірмового стилю” або інші ознаки, що властиві роботам того чи іншого майстра чи проектного товариства; безперервна зміна окремих візуальних характеристик – динаміки декоративних варіантів, принципів технологічних рішень – за умов стійкого базового розуміння функціональних завдань даного типу творів дизайну; принципова яскравість формальних рішень, яка націлена на привертання уваги споживача, „рекламність” їх обличчя, що пов’язана з комерційним характером розповсюдження творів дизайнерського мистецтва в суспільстві.

Більш того, зважаючи на особливості образних рішень, таких як короткочасність, ефемерність існування більшості графічних об’єктів, динамічність засобів освітлення міського середовища, зміна моди тощо, можна охарактеризувати категорію образу в дизайні як повністю самостійне явище в теорії мистецтва, яке потребує розробки особистого дослідницького та понятійного апарату [1].

Дослідницька зацікавленість до образності безпосереднього оточення людини набирає темпів свого розвитку разом з розвитком дизайну, на межі XIX – XX століть. А вже в 60-ті роки до центру уваги теорії дизайну (К. Кантор, Г. Б. Мінервін, Ю. С. Сомов, З. Бегенау, О. К. Антонов та інші) потрапляють такі якості предметного середовища як утилітарність, естетичність та його соціальний зміст. Разом з тим, і практика дизайну (Дж. Нельсон, Т. Мальдонадо, Ф. Ешфорд, К. Кантор, В. Глазичев, Є. Розенблум та інші) доводить, що образність речей спроможна впливати на соціальні позиції людини, налаштування певного образу (способу) життя [4]. В даному випадку, під образом життя ми розуміємо поняття, яке символізує характер та особливості повсякденного життя людей, що визначається конкретною суспільно-економічною формацією [1, с. 39].

Існування зв’язку між образом життя і морфологією дизайнерських об’єктів є очевидним. Вважається, що прогнозування варіантів образу життя дозволить обирати оптимальні напрями художнього проектування, які будуть сприяти найшвидшому досягненню намічених суспільством цілей [1, с. 16]. Складність таких досліджень полягає в площині пошуку перехідної ланки від морфології до проблем образу життя. Її виявлення пов’язують з такими поняттями, як стиль життя та стиль формоутворення. Так, український дослідник в галузі дизайну О. Хмельовський зазначає: „Нема окремо взятого стилю

предметного середовища, а є стиль як образ життя...” й українське визначення стилю він формулює як „знаково-символічну мовно-єдину систему організації духовного життя людини, сім’ї, української нації і народу в гармонійному з природним предметно-просторовому середовищі Землі-землі відповідно з божественною – даною Законом – системною моделлю світу” [6, с. 55]. Тут стилю відведена функція оформлення і завершення змісту в художньо-образну систему життя індивіда, колективу, суспільства тощо та представлення таким чином способу типології художніх систем життя як історичних стилів.

Вивчення загальних питань створення стилю (як одного з виявлень стилю в предметному світі, для якого характерні своєрідність предметних рис і композиційних принципів), який є не тільки відображенням процесів в естетичній свідомості суспільства, але й образним засобом, дає можливість дизайнеру брати безпосередню участь в цих процесах і впливати на них. Для дизайнера ж процеси, котрі відбуваються в свідомості людини, представлені еволюцією образних явищ предметного світу. Ці явища і є тією стороною предметного світу, яка найбільш підвладна впливові фахових засобів дизайнера, відповідно, тим „місцем”, через яке він може втручатися в процеси людського пізнання. Одночасно вони є джерелом, з якого він черпає для своєї роботи необхідні засоби [4].

Мистецтвознавець В. Н. Плишевський впроваджує поняття „видового” образу як систему виразних засобів (в тому числі і художньо-виразних), яким притаманний певний канон, що має силу тільки в межах речей одного виду. Цей канон має й відносно самостійне життя в культурі, що особливо є помітним за умов його розповсюдження на речі інших видів. Поступове витискання з форми речі початкових канонів по мірі становлення особистої системи виразних засобів відбувалося за характерними фазами цього процесу: створення стереотипного образу речі; отримання стереотипним образом речі свого соціального змісту; перетворення стереотипного образу речі в один з популярних символів у культурі, синтез з іншими образами („зовнішніми” і „внутрішніми”); відбір виразних засобів, утворення міри їх використання (як цього потребують естетичні ідеали часу), утворення естетично виправданого канону („видового”) як естетичної норми; створення системи формально-композиційних засобів, які є необхідними для правильної побудови форми речі, що задовольняє всі вимоги до неї (в тому числі й естетичні).

В результаті досліджень конкретних об’єктів („стилю” і „видового образу”) В. Н. Плишевський стверджує, що в якості образних засобів художнього конструювання можуть бути використані не тільки засоби композиції, але й різні образи предметного світу. При чому вони повинні одночасно з’являтися в двох якостях: як засоби формоутворення (допомагати в раціональній організації форми речі та врахуванні формоутворюючих факторів) і виразного засобу (образно виражати „людський” зміст речі – спосіб вживання її людиною, соціальні, художні та естетичні якості).

Джерелом рухомих сил у розвитку образних засобів постають їх же власні якості – універсальність (один і той самий образний засіб можна використовувати у формі різних предметів, речей), синтетичність (одним образним засобом в синтезі можна охопити більшість з якостей форми або вирішити більшість завдань), спроможність образного засобу організовувати форму речі відповідно до її функції та надавати їй рис, що задовольняють універсальні людські потреби.

Аналіз двох образних явищ – „стилю” і „видового образу” речі виявив різну природу створення їх виразних властивостей. Так, у „стилі”, зважаючи на його роль в культурі, ці властивості є домінуючими, а процес створення стилю є переважно процесом становлення його виразних якостей. Перетворення ж „видового образу” речі у виразний засіб – процес вторинний, який має місце за умов залучення речі в активне соціальне життя. Але незалежно від вторинності чи первинності процесу створення виразних якостей, він володіє певною фазністю. В кожній з фаз цього процесу складається свій тип виразності з наступним закономірним зв'язком свого становлення: чуттєва безпосередність (своєрідність, що сприймається безпосередньо, відмінність об'єкту); знаковість (ознаки, образні елементи, що сприймаються в їх значенні); художня виразність (сенсове багатство, що зчитується силою художньої уяви); естетична довершеність (близькість до естетичного ідеалу форми); культурна нормативність (якість звичності, загальноприйнятності).

Представлена ієрархія виразних якостей – це послідовність, де попередні якості слугують основою для становлення наступних, що є, в свою чергу, узагальненням попередніх. Вона діє і в освоєнні окремих формоутворюючих засобів. Це говорить про те, що визначальним у їх становленні як образних засобів є не так характер дій, що організують матеріальну форму, як образ цих дій, тобто їх виразність для людини.

Тож, підсумовуючи вищезазначене, можна констатувати, що під час освоєння світу у його виразності всіх типів, людина задовольняє одну з фундаментальних своїх потреб – робить світ „по-людськи” зрозумілим, а його образи – заразливими та дієвими. Але, сприяючи ефективному освоєнню світу людиною, одночасно виразність є цінністю й безпосередньо споживною якістю [4].

Узагальнення набутого попередніми дослідженнями досвіду дає можливість розрізнити *психологічно-соціальні, культурологічні, мистецтвознавчі (стильові), дизайнерські та архітектурно-містобудівні аспекти* розгляду проблеми образності предметно-просторового середовища. Так, за проведеним *психологічним* аналізом [2], було виявлено, що образ середовища не є безпосереднім віддзеркаленням оточення. А. М. Еткінд в структуру образу включає емоційні реакції суб'єкта – носія образу на різні складові оточення. Ці реакції додають певних викривлень як до елементів образу, так і до співвідношення між ними. Викривленими в тій чи іншій мірі можуть

бути будь-які параметри образу: просторові (форма, розмір), часові (ритм, швидкість), модальні (колір, фактура), інтенсивнісні (яскравість, освітленість). Рівень та характер таких викривлень, як вважає Еткінд, є своєрідним кодом внутрішніх станів суб'єкту. В результаті проведених експериментів по психології сприйняття В. М. Гордоном [2], виявлено й об'єктивні якості предметного оточення, які найбільш суттєво впливають на успіх чи поразку формування образів (за умов дефіциту інформації про об'єкт). Насамперед – це тісно пов'язані з основною предметно-просторовою структурою середовища топологічні якості. Порухення цих топологічних характеристик оточення призводить до розпаду образу середовища.

Соціально-психологічні дослідження М. Хейдметса [2] дають привід засвідчувати відмінність формування та функціонування образу середовища в професійній свідомості дизайнера і в свідомості споживача цього середовища. Так, в структурі творчої діяльності дизайнера середовище є метою і звідси – його образ має вигляд ідеальної картини, тоді як в структурі повсякденної життєдіяльності споживача середовище є лише засобом. Вважається, що середовище як таке людина зазвичай починає усвідомлювати лише тоді, коли в ньому щось негаразд, і з цих позицій найкращим середовищем буде те, котре можна не помічати.

Відповідно до характеру форм взаємообміну, що відбувається між „внутрішніми глибинами” людини й оточуючою її дійсністю, уява людини створює відповідно різні уявлення про це середовище. Г. З. Каганов [2] пропонує розрізняти дві основні орієнтації середовищної уяви: пов'язану з активним обживанням людиною свого оточення та зі ствердженням свого „Я” в середовищі; пов'язану із включенням у вже створену середовищну єдність, з розчиненням у колективному середовищному переживанні.

В різних *культурних* формаціях використовувалися різні способи образного представлення середовища. Але, як відмічає В. Л. Глазичев, „усі вони охоплювали лише одну з сторін образу середовища, що мав місце в культурі. Відтак, досвід, напрацьований архітектурою, літературою, живописом, театром, не дозволяє передати живий образ сучасного середовища, так як він належить до самого життя, а не відносно автономній сфері мистецтва” [2, с. 15]. Як найбільш адекватне представлення середовищного образу розглядається словесний текст, який за своєю структурою є найбільш близьким до усної мови та не претендує на художню літературність.

До структури середовищних образів завжди належать деякі стійкі просторові форми, що присутні в усіх культурах та використовуються нами майже несвідомо. А. В. Боков розділяє такого роду інваріантні проформи на чотири рівні: крапка („центр”, „ворота”, „кут”) та лінія („межа”, „дорога”, „вулиця”); модель відкритого („хрест”) та закритого („коло”, „квадрат”) простору; тип просторової організації (ієрархічний або комунікативний); культурний ландшафт як цілісність [2].

Мистецтвознавчі (стильові) аспекти проблем середовищного образу можуть розглянутися на матеріалі зображувального мистецтва та літератури. В багатьох випадках результати експериментів художньої практики щодо процесів та механізмів, які належать до основ візуального сприйняття оточуючого світу, можуть бути відображеними в дизайні.

Витвір мистецтва, що живе в своїх особистих просторово-часових координатах, тим не менш є не тільки включеним в оточуюче життя, але й приймає в ньому безпосередню участь [2]. Спираючись на це, А. М. Даніель розрізняє зовнішнє та внутрішнє комунікативні середовища твору. Так, в зовнішньому середовищі, в якому твір експонується для широкого споживання, можлива вільна його інтерпретація, а у внутрішньому середовищі твору, яке обмежене своїми особистими рамками, головною є, задана автором, сенсова структура метафоричного характеру. Процес освоювання художнього твору, на думку А. М. Данієля, пов'язаний з переходом від одного середовища до іншого.

Що ж стосується *дизайну*, в якому образ речі виникає на перехресті вимог, котрі надходять як від соціального середовища, так і від деяких інваріантних уявлень – „взірців стилів епохи”, то він якраз і є тим видом творчості, який безпосередньо пов'язаний із формуванням предметно-просторового середовища. До цього С. В. Потапов приєднує й аналіз процесу формування свідомістю споживача образу продукту дизайну [2].

З огляду на те, що міське життя підкорене своїм особливим законам, які дещо відмінні від законів художньої творчості, створені ним середовищні образи можуть не відповідати професійним уявленням дизайнерів та архітекторів. Тож і взаємодія дизайну з архітектурою в реальному міському середовищі часто створює неочікувані проєктувальниками просторові та поведінкові ефекти.

На думку Ю. Г. Легенького „містобудівний підхід до середовища вимагає функціонального зонування території, виділення в місті локальних зон (транспортної, жилої, виробничої, видовищної і т. п.), що дає можливість аналізувати і коректувати структуру тканини міста як носія життєдіяльності людини” [3, с. 170-171]. Причому, за аналогією такого функціонального зонування, Ю. Г. Легенький вбачає можливим проводити й естетичне зонування, „якщо вирішити, на що і на кого спрямована певна функціональна зона – на суб'єкта дії, відпочинку або засоби дії, її результативність” [3, с. 171]. Передбачається, що за цих умов естетичне зонування буде накладатися на функціональне і, таким чином, виявлятиме людиновимірну цілісність. Так, Г. Б. Забельшанський множинність образів міського оточення пов'язує з різноманіттям запропонованих містом видів діяльності та поведінки. „Кожна різновидність міської діяльності звернена до свого типу середовища, передбачає своє бачення простору, адресує до свого набору речей, задає свої поведінкові стереотипи” [2, с. 16].

Аналізуючи таку традиційну архітектурну категорію як „масштабність”, М. Р. Савченко виявляє її специфічний середовищний зміст, де „масштаб” – це

ступінь внутрішнього освоєння простору людиною, а відчуженість простору сприймається як його немасштабність [2]. До цієї проблеми звертається і Ю. Г. Легенький. Він зазначає, що на відміну від старих міст, які мали людиновідповідний масштаб та гармонізували свій простір відносно людини, в сучасних урбанізованих містах людиновимірність майже не збереглася. „Виникає складна взаємодія, своєрідна градація межі росту міста і межі адаптації людини”, де „предметне середовище великих міст адаптує людину до своїх раніше не відомих масштабів, розмірів, об’ємів” [3, с. 228]. На думку Ю. Г. Легенького, відбувається зміна парадигми розуміння міста як своєрідного художнього твору: „якщо раніше місто уособлювала площа, головні будинки – доміанти, то зараз це є безперервна тканина великих і малих структур – ансамблів” [3, с. 228-229].

Висновки. Таким чином, вирішення образу будь-якого дизайнерського об’єкту є складним процесом одночасного врахування об’єктивних формоутворюючих факторів та вираження суб’єктивного відношення до них дизайнера, яке буде обумовлене його знаннями специфіки предмету проектування, майстерністю, досвідом, талантом, художнім смаком, особливостями ментальності. Створення образу дизайнером розглядається як відбиття емоційно-чуттєвого уявлення про дійсність, представлену функціональними призначеннями об’єкту, його матеріально-технологічними особливостями, умовами оточуючого середовища тощо, в узагальнено-абстрагованих формах.

З’ясовано, що результати діяльності дизайнера, будучи направленими на специфічні зв’язки оточуючого світу з людиною, саме завдяки образу, як категорії естетичної оцінки, спроможні впливати на образ (стиль, спосіб) життя окремо взятого індивіду, суспільства в цілому. Виявлені психологічно-соціальні, культурологічні, стильові, дизайнерські та архітектурно-містобудівні аспекти розгляду проблеми образності предметно-просторового середовища вказують на її вирішальну роль у створенні просторових та поведінкових ефектів, взаємодії дизайну з архітектурою. Так, множинність середовищних образів пов’язана з різновидами діяльності, типами середовища (виокремлення міських локальних зон) та поведінковими стереотипами, котрі пропонує місто.

Подальший напрямок дослідження планується зосередити на поглибленому вивченні особливостей впливу інших формоутворюючих факторів на об’єкти дизайну у середовищі міста.

Література:

1. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др.: Под общей редакцией Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. – М.: Архитектура-С, 2004. – 288 с.
2. Каганов Г. З. Проблемы образности предметно-пространственной среды / Г. З. Каганов //Техническая эстетика. – 1983. – № 1. – С. 15-16.
3. Легенький Ю. Г. Дизайн: культурология та естетика / Ю. Г. Легенький. – К.: КДУТД, 2000. – 272 с.

4. Плышевский В. Н. Образные средства дизайна (становление образных качеств предметного мира): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. искусствоведения: спец. 17.00.06 „Техническая эстетика” / В. Н. Плышевский. – М., 1986. – 22 с.
5. Сергеева Н. В. Основні формоутворюючі фактори об’єктів медіа-дизайну громадського міського середовища / Н. В. Сергеева // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв „Дизайн-освіта 2008: умови адаптації до європейського освітнього та наукового простору”. – Х.: ХДАДМ, 2008. – № 6. – С. 95-103.
6. Хмельовський О. М. Вступ у дизайн. Основи проектування систем життя: Курс лекцій / О. М. Хмельовський. – Луцьк: „Волинська мистецька агенція „Терен”, 2004. – 208 с.

Надійшла до редакції 19.09.2008