**Особенности дизайнерской деятельности в контексте современной визуально-коммуникативной среды**

**О.А.Бондарева**

*АГУ,Россия,Астрахань*

Методы обучения изобразительному искусству и дизайну близки и одновременно достаточно вариативны в зависимости от конкретно-исторической эпохи. Однако не только эпоха и потребности рынка накладывают свой отпечаток на эту профессию, но и специфические характеристики определенной школы обучения. Каждая из них акцентирует внимание на конкретных технологиях и специфических характеристиках национальной культуры.

В основе дизайна как направление искусства лежит его прикладное понимание, что является в данное время самоценностью. Как новая профессия дизайн возник в ХХ веке, однако дизайнерское начало всегда существовало в предметном творчестве, поскольку люди во все времена стремились к соединению рационального и эстетически совершенного. В этом отношении нет принципиального различия между утилитарными артефактами древнейших эпох и новейшими техническими изделиями. В чем же тогда специфика современного дизайна? Мы полагаем, что в проектном характере, основанном на цельности образного мышления дизайнера, а также в междисциплинарных связях, позволяющих соединять и регулировать взаимоотношения материальной и художественной культуры.

Дизайнерская деятельность не одномерна: дизайнеры работают в штате конструкторских бюро, в самостоятельных проектных организациях, формирующих стилевые направления, являются дизайнерами-консультантами, художниками-экспериментаторами, отражая в своем творчестве общие поиски в современном искусстве и активно влияя на изменения в эстетическом мировосприятии своих современников.

О дизайне, как о профессии, можно говорить только после появления школ и методик обучения специалистов данного направления, представляющих сумму упорядоченных знаний и гуманитарно очерчивающих границы профессии. Это произошло в 20-е годы ХХ века, когда ряд художественных институтов был преобразован в Высшие художественно-технические мастерские (Вхутемас), которые готовили художников-мастеров высшей квалификации для промышленности, а так же инструкторов и руководителей сферы профессионально-технического образования. В это же время в Германии открылся Баухауз, где в основу преподавания был положен синтез всех предметно-пространственных искусств. Согласно иной точки зрения, появление этой профессии берет свое начало с 30-х годов XX века, а именно с времени выхода западных стран из Великой Депрессии, когда дизайн продукции (главным образом, в США) стал действенным фактором увеличения сбыта товара.

Дизайн неоднозначен и по своему проявлению в обществе. Обращаясь к объективным законам развития производства и учитывая утилитарные потребности людей, дизайн имеет дело с общечеловеческими интернациональными особенностями предметного мира. Вместе с тем, специалисты этой сферы оказываются включены в конкретную систему производства и распределения, работают над предметами, имеющими товарную ценность, затрагивают сложнейшие социально-эстетические механизмы формирования художественной культуры.

Базовое определение сущности дизайнерской профессии было предложено английскими теоретиками искусства. Согласно их трактовке, дизайнером может быть назван специалист, который на основании полученных им знаний, технической подготовки и практического опыта, а так же художественного чутья и развитого зрительного восприятия, рекомендует производству наиболее подходящие материалы и способы их обработки, определяет форму, цвет и характер отделки изделий массового производства.

В других, более поздних определениях дизайна, когда больше внимания стали обращать на роль дизайнера в обществе, не отказываясь от характеристики его профессиональной деятельности, стали подчеркивать его возможности в организации окружающей предметной среды. Соответственно, в рамках данного понимания задачи дизайнера не ограничиваются улучшением внешнего вида предметов, а включают также всестороннюю проработку структурных связей между предметами, предающих предметной среде функциональное и композиционное единство.

Споры об определении роли дизайна в человеческом сообществе и сущности дизайнерской профессии продолжаются и до сих пор. Изменение и улучшение существующего предметного окружения сопряжено с изобретением, предвидением, причем не только в техническом, но и в художественном плане. На этом и основывается рекомендация включать дизайнеров в состав проектных коллективов, поскольку художественное восприятие отличается целостностью и только дизайнер способен наглядно соединить в своей деятельности утилитарные и эстетические параметры предметов и среды.

Дизайнеру важно обладать даром образного предвидения, необходимого в художественном моделировании будущей среды в условных формах и материалах (макеты, эскизы, экспериментальные поиски форм). У него должна быть развита значительная по объему зрительная память, необходимая для быстрого и успешного ассимилирования новых форм в средовое пространство. В дизайне больше, чем в иных видах художественного творчества, проблемы стиля связаны с проблемами стилизации, сознательного переноса логичных решений, логичных и функционально оправданных в своих пределах на предметы и явления совершенно иного характера восприятия.

Как правило, стилизация или стайлинг используется для замены устаревшей формы, а также для остроты восприятия предмета дизайна. Но чаще всего стилизация оказывается средством коммерческого подхода к продукции, регулятором в системе товарообмена, оказывая существенное влияние на вкусовые предпочтения потребителя.

Важно подчеркнуть, что дизайн не существует изолировано от проблем других видов художественного творчества, что наглядно представлено в процессе создания художественного образа, начиная с эскизов и макетов пространственных решений объектов. Пути художественного поиска находят отражение в выставках дизайна среды, где предметы стилистически и функционально соединены между собой пластикой, линией, цветом, а также в созданных визуальных коммуникациях и ,безусловно, в выпуске плакатов, книжно-журнальной и газетной печатной продукции, «суперграфике», покрывающей изображениями глухие стены и фасады зданий,а также в графических заставках в телепередачах, оформлении витрин магазинов и выставок, рекламе продукции. Графический дизайн лежит в основе системы визуально-коммуникативной информации для фирменных стилей и отдельных отраслей промышленности. Фирменный стиль включает в себя применение шрифта и модификации символов и визуальных кодов, товарных знаков, как для готовой продукции, так и для сфер, в которых она производится и реализуется.

Нововведения в дизайне быстро распространяются в социуме. В рамках крупных дизайн-программ разрабатывается матрица единого цветографического языка. С ее помощью определяется, какие конкретные графические средства (буквенные, знаковые и цветовые) могут быть использованы для деловой документации, упаковки товара, необходимых технических и рекламных надписей.

Другими видами интеграции дизайна с искусством интерьера, графикой, архитектурой является создания выставочного ансамбля. В процессе ярмарок, выставок, международных конкурсов, посвященных новым технологиям, произведениям искусства, достижениям здравоохранения, осуществляется сочетание деловых натурных экспонатов со специально организованным художниками и архитекторами зрелищем.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что дизайнеры упорядочивают, преображают окружающий предметный мир, влияя на чувство формы, материала, цвета.