



разных этнических общностей, от уровня средств массовой информации и т.п.

Инновации второй категории – самые «несговорчивые» в отношении к традициям в жилище. Они почти не стереотипизируются или стереотипизируются с большим трудом в течение большого периода времени. В некоторых случаях, пройдя испытание временем, эти инновации могут изменить свою категорию.

Можно выделить и третью категорию инновации, которая осуществляется индивидуальным трудом человека. Однако по своим свойствам она мало чем отличается от двух основных групп и в предметной среде жилища не всегда воспринимается как инновация. Помимо перечисленных, надо отметить особый вид инновации более высокой степени. Она осуществляется на уровне жизнеобеспечивающих процессов в жилище и сопровож-

дается появлением новых функциональных процессов или возрождением старых традиционных.

Во взаимосвязи традиции и инновации в предметной среде жилища наблюдается максимальное приближение дизайна, как вида инновационной деятельности, к проблеме традиций в среде. В процессе сближения вырабатываются специфические методы исследования и профессионального воздействия на среду.

Литература

1. Маркарян Э.С. Узловые проблемы теории культурной традиции. – Советская этнография. – 1981, № 2.
2. Хан-Магомедов С.О. Некоторые проблемы преемственности и новаторства в архитектуре. – В кн. Вопросы теории архитектуры. М., 1976.

Дизайн предметной среды как компонент процесса социализации человека



И.А. Урмина

*доктор культурологии,
заместитель руководителя
Экспертно-аналитического центра
развития образовательных систем в сфере культуры
Государственного НИИ культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева*

Дизайн среды как область проектирования в целом выделилась в конце XX века с целью решения задач комплексного формирования объектов и систем окружения человека. Основной задачей этого направления являлось в первую очередь формирование гармоничного, художественно осмысленного единства всех составляющих искусственного мира, созданного человеком. В результате профессионально разделенные архитектура и прикладное искусство получили возможность организовать целостный предметно-пространственный ансамбль, учитывающий все параметры окружения: материальные, функциональные, социальные и эстетические.

XXI век поставил перед специалистами в области дизайна еще одну, не специфичную для проектировщика, задачу – теоретическое осмысление

взаимодействия человека с окружением в условиях его динамичных преобразований, нередко чисто виртуального характера, т.е. на уровне представлений или образов. На практике мы наблюдаем деформацию реальной окружающей среды, вступающей в конфликт с социальными и культурными потребностями людей.

Следует подчеркнуть, что проблема формообразования, отыскания способов выразительности для образов внутриличностных состояний и переживаний человека решалась на протяжении всей человеческой истории. В результате сформировались живописные, пластические, музыкальные, вербальные выразительные средства и особые области социокультурного пространства (искусство, художественная культура, в т.ч. дизайн). Все эти области предполагают свободное экспериментирование с элементами среды, моделирование социокультурных ситуаций с помощью образных заместителей реальности. Такое «прожективное» воспроизведение и изменение жизненной среды обуславливает большую эффективность реальных взаимодействий, поскольку, во-первых, не дает угаснуть вниманию людей к рутинным аспектам повседневной жизни, а во-вторых, позволяет выявить новые связи и возможности, содержащиеся в этой среде.

До настоящего времени сравнительно мало внимания уделяется систематическому теоретическому анализу микросоциальных и культур-

ных процессов повседневной жизнедеятельности людей. Исследования концентрируются либо на выявлении закономерностей движения общественно-исторического процесса в целом, либо на поддержании социокультурной системы как таковой. Вопросы микродинамики социокультурной жизни людей затрагиваются редко. Однако существуют теоретические принципы изучения повседневной реальности, без которых нельзя оценить действительную картину социокультурной динамики в сопоставлении с прошлым и возможным будущим состояниями общества и культуры.

Одной из основных функций дизайна как направления практической деятельности является адаптация предметной среды к потребностям человека, а основанием ее проектирования становятся реальные условия окружения, существующие стереотипы, субъективные оценки. Но, проектируя предметную среду, следует учитывать и ситу-

ативную динамику потребностей человека. Это важно и при определении актуальных критериев оценки качества жизни членов любого общества. Изучение динамики культуры с этой точки зрения включает в сферу исследовательского внимания повседневную жизнь людей, подвижность и многообразие ее форм в определенный исторический период. Анализ и обобщение условий и форм образа жизни членов общества позволяет увидеть, как структура культуры данного общества проявляется в конкретных действиях и взаимодействии представителей различных социальных групп, как на уровне повседневного бытия реализуются все возможности, которые обеспечиваются социокультурными условиями жизнедеятельности людей в рассматриваемый исторический период. А поскольку образ жизни различных людей неодинаково динамичен в одних и тех же исторических условиях, таким же динамичным становится и дизайн предметной среды.

Слово возвращается в костюм

В.Ф. Сидоренко

*проф. кафедры рекламной графики
и визуальных коммуникаций ВНИИТЭ*

Н.В. Пряничникова

*студентка кафедры рекламной графики
и визуальных коммуникаций ВНИИТЭ*

Последние несколько модных сезонов мы наблюдаем, как после некоторого затишья дизайнеры серьезных модных домов массово обратились к типографике. Они вернули логотипы на одежду и аксессуары, смело плетут из букв орнаменты и соревнуются в остроумии, а взрослые модники больше не видят ничего предосудительного в том, чтобы носить вещи с забавными надписями.

Как известно, встречают по одежке. Внешний облик красноречиво говорит о человеке. Поэтому буква, слово на одежде не может оставаться только эффектным декоративным элементом, это мощное коммуникативное средство. Надпись на одежде – особая игра между человеком, окружающим его миром и модой. Несмотря на то, что для нас это уже привычно и обыденно, какой-либо текст на костюме – это все же громкое заявление и ответственность за него. Заметив надпись, мы не можем не прочитать ее, не можем не отреагировать. В зависимости от того,

какой смысл несет эта надпись на костюме, изменяется восприятие зрителем и костюма, и человека, носящего его. Что же таким образом человек говорит миру? Что демонстрирует? О чем ему хочет сказать мода, предлагая широкий ассортимент одежды с определенными надписями? На эти вопросы предстоит ответить. Задача данной работы – определить истоки явления, проследить развитие и тенденции, систематизировать сведения и направления и установить соотношение между графикой и смыслом.

Упоминания о надписях в костюме идут еще из глубины веков. В музеях хранятся кельтские и славянские ювелирные украшения с буквами и фразами, известны древнегреческие именные пояса и вырезанные на подошве обуви куртизанки слова: «Следуй за мной». Во времена Средневековья в орнаменты вплетались ленты с изречениями на латыни – это были выдержки из Священного писания или из веселых песен. Активно использовалась каллиграфия, строгие готические буквы. В эпоху Возрождения популярна гербовая тематика, появляется декоративный элемент картуш – изрезанный свиток с загнутыми краями, внутри которого размещался фамильный девиз или имя. Одежды в это время также украшают самые настоящие ребусы с закодированным в них особым содержанием, становившиеся предметом для размышлений и разговоров. Можно отметить и женские подвязки XVIII века с вышитыми шелком вызывающими и пикантными надписями. Таким образом, то, что