Содержание

Введение………………………………………………………….……………….3

1. Развитие дизайна в СССР 1960-1980гг……………………….………………4

2. Теория дизайна…………………………………………………………………9

2.1. Концепция и история возникновения художественного конструирования и технической эстетики………………………………………9

2.2. Образование характерных особенностей советского дизайна послевоенного периода……………………………………………………….....13

3. Дизайн в России сегодня………….…………………………………….……15

3.1. Имена и студии………………………………………………………......18

3.2. Специальное образование……………………………………………......21

3.3. Основные выставки и фестивали……………………….……………….23

Заключение……………………………………………………………………….25

Библиографический список……………………………………………………..26

Введение

Советский дизайн, как явление в истории развития промышленности и быта СССР послевоенного периода, представляет большой интерес для исследователей, показывает путь, по которому происходило становление и развитие мощной и во многом противоречивой советской идеи «технической эстетики». Проектирование изделий, а также повышение их качественных и эстетических свойств заняло значительное место в производственной деятельности промышленных предприятий и проектных бюро в середине 1960-х гг., показывая нарастающий интерес советского общества к удобству и комфорту, обустройству и улучшению окружающего и личного быта. Советское художественное конструирование представляло собой сложную организованную систему, включавшую в себя и четко структурированную идею создания изделий повседневного быта, ориентированную на пропаганду социалистического дизайна и промышленности, а также показательно против западных аналогов. Хотя, большинство дизайнерских решений художественно-конструкторских бюро СССР в 1960-х гг. и являлось примерами модернизации и стайлинга, повтора популярных, но устаревших решений западных производителей, при отсутствии своих принципиально новых концептуальных подходов, становление советского дизайна на мировой арене заслуживает внимания, так как показало, что страна, недавно пережившая войну и обладающая морально устаревшим производством и недостатком кадров, смогла сделать огромный скачок в развитии идей художественного конструирования.

1.Развитие дизайна в СССР 1960-1980гг.

Наиболее сильной стороной российского дизайна была и остается эстетика, что объясняется двумя принципиальными моментами: особенностями появления дизайна в России и спецификой развития государства в XX веке. В отличие от зарубежного дизайна, который возник из потребности промышленности каким-либо образом стимулировать сбыт товаров, русский дизайн вышел из беспредметного искусства в основном через творчество производственников и конструктивистов. Художники и теоретики этих направлений дали толчок к его возникновению. Идя по стопам Сезанна¹, кубистов, они осознали необходимость определения базовых составляющих произведения искусства, с помощью которых можно передать зрителю любую чувственную информацию. Они искали универсальные элементы художественной формы, протестуя против традиционного реалистического изображения объектов действительности. Таким образом, художники пришли к противопоставлению конструкции как воплощения истинной сущности предметов и композиции как привнесенной извне формы, искусственно надетой на уже существующее. Именно стремление сделать "конструктивную структуру" основой формообразования объединило в общем движении художников некогда различных направлений.

Hа первом этапе развития (1917-1922) дизайн формировался на стыке производства и агитационно-массового искусства. Основным объектом стало художественное оформление новых форм общественной активности масс: политических шествий и уличных празднеств. Оригинальная конфигурация и устройство трибун, агитационных и театральных установок, киосков доказали обоснованность переноса акцентов с разработки новых стилистических приемов на художественно-конструкторские проблемы. Наиболее интенсивно развивается графический дизайн, что проявляется в принципиально новом подходе к созданию плаката, рекламы, книжной продукции.

Необходимо отметить немаловажную роль театра в становлении конструктивизма.

1.Поль Сеза́нн) — французский художник, яркий представитель постимпрессионизма.

Всеволод Мейерхольд¹ предоставил сцену для реализации данной концепции на практике.

Hа первый план выходит материальная сторона художественного творчества, которое трактуется как сознательная и целесообразная организация элементов произведения, как изобретательство. Конструктивизм переориентировал представителей беспредметного искусства на социальную

целесообразность творчества. В качестве основателей конструктивизма, чье творчество имело принципиальное значение для дальнейшего развития дизайна, можно назвать В. Маяковского, В. Татлина, О. Брика, В. Кушнера, позднее - Б. Арбатова, А. Веснина, В. и Г. Стенбергов, А. Гана, А. Лавинского, Вс. Мейерхольда, А. Родченко, В. Степанову, Л. Попову. Их центром стал созданный в 1919 году Совет мастеров, а позднее - ИHХУК и, главным образом, Рабочая группа конструктивистов ИHХУКа (А. Родченко, братья Стенберги, К.Медуницкий, К. Йогансон).

Преобладание в социальном заказе на дизайн элементов агитационно-массового искусства предопределило активное участие в движении "от изображения к конструкции" прежде всего художников и их профессиональных организаций. Однако признание новой концепции формообразования пришло лишь в 1921 году, когда произошли определенные изменения в экономической ситуации. Так совпало, что именно этот год характеризуется наиболее активными и плодотворными пространственными экспериментами конструктивистов.

Прежде всего, необходимо отметить деятельность первых "красных художников» (выпускников первых ГСХМ - Государственных свободных художественных мастерских), организовавших Общество молодых художников ков (Обмоху, 1919-1923). Оригинальные конструкции и теоретические манифесты К. Йогансона, братьев Стенбергов и К. Медуницкого подробно разобраны в книге С. О. Хан-Магометов "Пионеры советского дизайна" (М., 1995). Конструктивизм перерос производственное искусство, утвердив собственную эстетику и самостоятельные цели. Основным "противником", полемика с которым не ослабевала, остается супрематизм, основателем и идейным вдохновителем которого был Казимир

Малевич.

1.Все́волод Эми́льевич Мейерхо́льд — российский и советский режиссёр и актёр, народный артист Республики.

Второй этап развития дизайна в России (1923-1932) можно считать временем становления его профессиональной модели. Россия становится одним из важнейших центров формирования дизайна. Происходит становление школы профессиональной подготовки дипломированных дизайнеров – производственных факультетов ВХУТЕМАСа.

Дизайн переориентируется на решение практических задач: разработку бытового оборудования для жилищ, обстановки рабочих клубов, общественных интерьеров... Производственный заказ пока не играет определяющей роли, и активной стороной остается сам дизайн, сохранивший энтузиазм изобретательства. Основная цель - организация предметной среды с учетом общих процессов в сферах труда, быта и культуры. В этот период формируются оригинальные творческие концепции дизайна, определившие его дальнейшее развитие. Более подробно о них можно узнать из работ самих авторов - А. Родченко, Л. Лисицкого, В. Татлина. Задача создания новой среды жизнедеятельности придала особый импульс развитию конструктивизма. Производственные факультеты ВХУТЕМАСа охватывает эйфория изобретательства. Безусловно, тон задавали их лидеры - А. Родченко и Л. Лисицкий, которые наиболее ярко проявили себя именно в графическом дизайне. Фотомонтаж, коллаж, шрифтовые композиции, рекламная и плакатная графика, книжные конструкции составляют золотой фонд мирового дизайна. Множество их открытий и проектов в других областях (новые принципы организации выставочных и бытовых интерьеров, типовой мебели, архитектурных ансамблей и небоскребов) были реализованы значительно позже.

Комплексный подход к созданию объектов нашел отражение и в программе В.Татлина, преподававшего культуру материала. Он уделял основное внимание роли взаимосвязей и взаимоотношений: человек и вещь, функция и материал, различные материалы в процессе создания "систематической, жизненно необходимой вещи". Он учил студентов с самых первых шагов разработки проекта учитывать функциональный (конечная цель создания предмета, особенности производства) и органический (человек, который будет этой вещью пользоваться) факторы.

Третий этап (1933-1960) был достаточно печальным для развития дизайна в России: он перестает быть интегрирующей творческой деятельностью, развитие которой определялось универсальной концепцией (вне зависимости от специфики объекта). Принцип стандартизации применялся не только к человеку, но и к создаваемой искусственной среде. Стихия изобретательства, которая позволила отечественному дизайну достичь высот мирового признания, явно не вписывалась в изменившуюся атмосферу. Дизайн как единый процесс формообразования окружающей среды перестал существовать.

Он был расчленен на узко прикладные направления: инженерно-технический, предметно-бытовой и декоративно-оформительский, которые воспринимались как различные виды деятельности. Кончилась целая эпоха единой эстетической концептуальности, которая не зависела от специфики объекта.

Однако потенциал, накопленный авангардом, еще какое-то время сказывался в проектных работах. В первую очередь в продукции графического дизайна: политических и кино-плакатах, книгах, рекламе.

Четвертый этап развития дизайна определяется по-разному: 60-80-е или 60-90-е годы. Его начало характеризуется безусловным интересом к наследию 20-хгодов. Созданный в 1961 году Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВHИИТЭ) начинает свою деятельность с издания журнала "Техническая эстетика" и выпуска тематических сборников, которые самым подробным образом обратились к первой волне русского авангарда, поставившей советский дизайн на одно из первых мест в европейской эстетике того периода, Это время возрождения художественного конструирования. Большое внимание уделялось разработке новой концептуальной базы дизайн-деятельности, обоснованию ее новых видов, органично отвечающих современным требованиям.

В 60-е годы были пересмотрены многие стандарты. Пристальное внимание было обращено на функциональные и эстетические качества предметов народного потребления. Пожалуй, можно сказать, что именно в то время дизайн получил самый массовый заказ за весь период своего существования в нашей стране. В связи с этим расширилось поле деятельности и для рекламы. Развивается система специализированных изданий: "Книжное обозрение", "Рекламное приложение" к "Вечерней Москве", "Новые товары".

Значительно изменился внешний вид периодических изданий. Во многом этот процесс происходит под влиянием западноевропейской школы графического дизайна. Белое пространство признается одним из сильнейших средств выразительности, мало-гарнитурный набор - признаком стиля. Многие новые издания создаются по необычной методике - с первоначальной разработкой модульной сетки. Однако подобное "оживление" продолжалось сравнительно недолго. 70-е годы практически прервали заказ производства и бытовой сферы на профессиональный дизайн. Это было время критической реакции на авангард первой (1910-1920 годы) и второй волны (1950-1960 годы).

Hа первый план выдвигается ценность обыденного и анонимного что отражают эклектические тенденции всевозможных "ретро» - стилей.

ВHИИТЭ сумел сохранить теоретическую школу, продолжая изучать опыт европейского дизайна и предлагая свои концепции. Это ясно видно по информационным выпускам и журнальным публикациям. Огромный научный потенциал был также накоплен и в Ленинградском высшем художественно-промышленном училище им В. И. Мухиной. Их деятельность позволила уже вначале 80-х годов, когда запрос на дизайн резко вырос, сформулировать и обосновать типологическую матрицу современного дизайна, а также применить на практике собственные концепции, в частности концепцию системного дизайна - возможного провозвестника эпохи единой проектной концептуальности. В конце 80-х - начале 90-х годов появление предприятий частных форм собственности, развитие отношений конкуренции, с одной стороны, и коммерциализация прессы, с другой, возродили российскую рекламу как одно из важнейших средств массовой коммуникации. Появились чисто рекламные издания ("Центр Plus", "Экстра М" и др.) и многочисленные рекламные агентства. Соответствующие отделы были созданы практически во всех средствах массовой информации и крупных фирмах. В связи с этим в значительной степени повысился интерес к дизайну вообще и к графическому дизайну в частности. Однако общие тенденции развития данного вида деятельности привели к тому, что дизайн воспринимался исключительно в узко прикладном значении данного термина либо как промышленный, либо как графический дизайн, - все так же лишенный единой концептуальности, которая была традиционна для российского дизайна в период его возникновения и взлета в 20-е годы.

2.Теория Дизайна

2.1.Концепция и история возникновения художественного конструирования и технической эстетики.

Художественное конструирование, творческая проектная деятельность, направленная на совершенствование окружающей человека предметной среды, создаваемой средствами промышленного производства; это достигается путём приведения в единую систему функциональных и композиционных связей предметных комплексов и отдельных изделий, их эстетических и эксплуатационных характеристик. Х. к.¹ (часто отождествляемое с дизайном) - неотъемлемая составная часть современного процесса создания промышленной продукции, предназначенной для непосредственного использования человеком; оно ведётся в творческом контакте с инженерами-конструкторами, технологами и др. специалистами и призвано способствовать наиболее полному учёту требований потребителя и повышению эффективности производства. В условиях социализма Х. к. содействует созданию гармоничного предметного мира, отвечающего все возрастающим материальным и духовным потребностям человека.

Х. к. осуществляет художник-конструктор (дизайнер), использующий в своей работе результаты научных исследований в различных областях науки и техники, знающий современное промышленное производство, его технологию и экономику.

Х. к. опирается на теорию, разрабатываемую технической эстетикой, а также на данные экономики, социологии, психологии, эргономики, семиотики, системотехники и др. наук. Метод Х. к. складывается из художественно-конструкторского анализа (исследование исходной ситуации и построение объекта проектирования, функционально-эргономический и конструктивно-технологический анализ, композиционный анализ) и художественно-конструкторского синтеза (в процессе которого ведётся функционально-эргономический поиск, работа над композицией изделия). Для Х. к. характерно моделирование объекта на всех этапах его разработки (в соответствующем масштабе и нередко в натуральную величину),

1.Х. к. - Художественное конструирование

позволяющее проверять и отбирать оптимальные варианты композиционных, цветографических, эргономических и др. решений; при этом модель служит не иллюстрацией к проекту, а как бы инструментом проектирования и, постоянно модифицируясь в ходе работы, становится, в конечном счете, эталоном опытного образца изделия. Специфическим для метода Х. к. является рассмотрение проектируемого изделия как элемента целого комплекса изделий, окружающих человека в конкретной предметной среде, которая должна максимально удовлетворять утилитарные и эстетические потребности и способствовать повышению эффективности его деятельности. Наиболее сложным объектом Х. к. являются системы, объединяющие совместно производимые или совместно используемые изделия. В этом случае метод Х. к. включает такие задачи, как решение вопросов разнообразия элементов системы (ассортимента изделий), формирование её структуры с использованием средств унификации и агрегатирования и т.п.

Возникновение Х. к. относится к началу 20 в., но предпосылки для его становления развивались задолго до этого в процессе перехода от ручного к машинному производству, который повлек за собой «... полный технический переворот, ниспровергающий веками нажитое ручное искусство мастера...» (Ленин В. И., Полное собрание соч., 5 изд., т. 3, с. 455). Непосредственным результатом этого переворота было противоречие между прогрессивностью, заложенной в новом изделии инженерной идеи и его эстетической неполноценностью, приведшей к потере многими утилитарными предметами присущего им в прошлом художественного значения. Осознание этого противоречия в середине 19 в. приняло вначале форму романтического призыва к возрождению средневековых ремесленных традиций (Дж. Рескин, У. Моррис), несостоятельность которого вскоре стала очевидной.

Основы западноевропейского Х. к. закладывались в теоретических и практических работах художников, архитекторов и инженеров П. Беренса, В. Гропиуса, Г. Земпера, Г. Мутезиуса (Германия), Х. К. ван де Велде (Бельгия), Ле Корбюзье, Ф. Рёло (Франция), в деятельности Немецкого Веркбунда и «Баухауза». В 1930-40-е гг. центр Х. к. перемещается из Европы в США, где оно развивается преимущественно В форме т. н. коммерческого дизайна и используется в качестве эффективного инструмента конкурентной борьбы. Американские промышленные фирмы создают отделы Х. к., возникает большое количество проектных и консультативных дизайнерских фирм. В 1950-1960-е гг. очагами теоретической мысли в области Х. к. становятся некоторые дизайнерские вузы Европы и США. Особенно велика роль Ульмской высшей школы художественного конструирования. В ряде стран (Великобритания, Франция, Италия, ФРГ, Япония и др.) возникают государственные и общественные организации, ставящие своей задачей содействие развитию Х. к., - национальные советы по дизайну, дизайн-центры и профессиональные ассоциации дизайнеров. В 1957 они объединились в Международный совет организаций по художественному конструированию (ИКСИД).

Для практики Х. к. капиталистических стран характерно создание промышленных изделий с высокими потребительскими свойствами. Здесь имеются также отдельные примеры успешного использования Х. к. для повышения эффективности деятельности человека в экстремальных условиях (освоение космоса, Мирового океана и т.п.). Одной из важнейших сфер применения Х. к. в 1960-70-х гг. стало создание т. п. фирменного стиля для крупных промышленных предприятий и корпораций, который охватывает продукцию, упаковку, рекламу, транспорт, одежду персонала, архитектуру зданий, объединяя их общими художественными признаками. Фирменный стиль нередко отличается высоким эстетическим уровнем, однако такого рода решения диктуются в основном рекламно-коммерческими соображениями.

В СССР предшественниками Х. к. явились деятели искусства (создавшие, например, центры художественного ремесла в Абрамцево, Талашкино и др.), представители русской инженерной школы (И. И. Рерберг, В. Г. Шухов) и теоретики технического творчества (Я. А. Столяров, П. И. Страхов, П. М. Энгельмейер).

После Октябрьской революции 1917 важной вехой на пути к современному Х. к. стало создание Вхутемаса, с деятельностью которого были связаны практики и теоретики производственного искусства. В 1930-х гг. элементы художественно-конструкторского подхода использовались в различных сферах проектирования несистематически. В послевоенные годы Х. к. развивалось преимущественно в отраслях промышленности, связанных с транспортным машиностроением. Первой специализированной организацией по Х. к. было созданное в 1946 Архитектурно-художественное бюро министерства транспортного машиностроения СССР, которое разрабатывало художественно-конструкторские проекты пассажирских судов, ж.-д. вагонов, троллейбусов и т.п.

Развитие сов. Х. к. интенсифицировалось после выхода в свет постановлений Совета Министров СССР «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования» (1962) и «Об использовании достижений технической эстетики в народном хозяйстве» (1968). В 1962 были созданы Технической эстетики институт (ВНИИТЭ) и ряд специальных художественно-конструкторских бюро (СХКБ) в различных отраслях промышленности, в 1960-1970-х гг. - большое количество художественно-конструкторских подразделений на промышленных предприятиях, в КБ и НИИ. ВНИИТЭ и его филиалы ведут научную разработку вопросов методик Х. к., его эргономических основ, осуществляют экспериментальное проектирование важнейших видов промышленных изделий, методическое руководство работой художников-конструкторов в промышленности. С 1964 издаётся ежемесячный информационный бюллетень «Техническая эстетика», освещающий вопросы теории, методики и практики Х. к., выпускаются «Труды» ВНИИТЭ, библиографические и обзорные издания, ведётся пропаганда Х. к., организуются выставки достижений сов. и зарубежного Х. к., осуществляется информационное обслуживание специалистов. С 1965 ВНИИТЭ - член Международного совета организаций по Х. к. (ИКСИД). В 1975 в Москве был проведён международный конгресс по дизайну и Х. к.

Одна из основных тенденций развития современного сов. Х. к. - расширение проектно-конструкторских задач, рост их масштабов (наряду с разработкой отдельных изделий комплексное оборудование крупных объектов и предметное оснащение функциональных служб). В Х. к. осуществляется переход от частных разработок к созданию художественно-конструкторских программ, способствующих повышению качества продукции и эффективности производственных объединений и целых отраслей промышленности.

В др. социалистических странах Х. к. также находит широкое применение, оно используется в решении важных народно-хозяйственных задач (в особенности тех, которые связаны с повышением качества промышленной продукции, культуры производства) и развивается планомерно при содействии государства; создаются отраслевые и межотраслевые центры Х. к., научно-исследовательские организации, государственные координирующие органы.

2.2.Образование характерных особенностей советского дизайна послевоенного периода.

В начале ВОВ большинство производств было эвакуировано в восточные области СССР, поэтому в создавшихся условиях невозможно было заниматься модернизацией оборудования или перепроектированием выпускаемых изделий. Послевоенный период Советский Союз встретил с достаточно отсталой продукцией машиностроения, и дизайнеры в 60-е гг. прежде всего, столкнулись с необходимостью решать задачи технической модернизации продукции. В период войны перманентный советский дефицит товаров мирного потребления значительно усилился. Не только в военные годы, но и в 1946-47 гг. невозможно было купить алюминиевую ложку или простой граненый стакан.

И когда постепенно стало восстанавливаться производство изделий легкой промышленности, то для этого использовались прежние довоенные штампы, формы, лекала и т. д. Промышленность, производящая повседневные бытовые изделия, не смогла воспользоваться вынужденным военным перерывом для того, чтобы обновить само производство. Приехавшая в послевоенные годы на Ленинградский завод художественного стекла, его бывший главный художник скульптор В. И. Мухина писала, что вместо прекрасного хрусталя там производят стеклянные баночки для гуталина и стекла для фонарей "Летучая мышь".

На цели обновления производства в стране не хватало ни средств, ни кадров. Строгановское училище было восстановлено только в 1945-м году, и первые его выпускники пришли в промышленность на рубеже 1950-1960-х годов. Да и общая обстановка в разоренной войной стране отнюдь не способствовала выпуску продукции, соответствующей по эстетическим и техническим критериям хотя бы среднему мировому уровню. Положение усугублялось господствующей плановой системой и "валовым" исчислением результатов работы предприятий, что отнюдь не способствовало экономии материалов и средств. Все это поставило перед дизайнерами 1960-80-х годов задачу, прежде всего технической модернизации. Эстетические же вопросы решались во вторую очередь и не самостоятельно, а с оглядкой на господствующие стилистические образцы, распространенные в Европе и Америке.

Основная работа дизайнеров 1960-80-х годов велась над станками, машинами, средствами транспорта, над объектами, которые относились к сфере машино- и приборостроения и предназначались не для индивидуального быта. Естественно, что в этой области на первом месте стояла функциональность и утилитарность изделий, а отнюдь не их внешний вид. Наконец, извечные традиции отечественного дизайна, начиная с народного и ремесленного дизайна и вплоть до производственного искусства 1920-х годов, также состояли, главным образом, в заботе о функциональных качествах предметов и вещей, об их утилитарной пользе, а не о внешней красоте, к тому же понимаемой обычно лишь в прикладническом духе как украшение поверхности, орнаментированность. Отрицательную роль сыграли и теоретические изыскания искусствоведов и философов рассматриваемого времени.

 Будучи полностью во власти господствовавших идеологических догм и схем, они постоянно разделяли дизайн на капиталистический и социалистический, причем капиталистический отождествляли с коммерческим дизайном, со стайлингом, успешно развивавшемся на Западе как раз во второй половине XX века. К стайлингу в дизайнерских кругах под влиянием тех же догм выражалось отрицательное отношение. Даже заимствуя на Запале стилистические формы, пропорции и линии, наши дизайнеры делали это как-то неуклюже и топорно, то ли по отсутствию подлинной эстетической культуры, то ли боясь распространенных тогда обвинения в "низкопоклонстве перед Западом".

 Совокупность этих причин и обстоятельств привела к тому, что даже в проектах 1960-80-х гг. советские дизайнеры основное внимание уделяли технической модернизации изделий и не блистали эстетическими находками и открытиями. Но несмотря на достаточно позднее признание такого явления, как советский дизайн, пусть и под названием "художественное конструирование", в Советском Союзе в удивительно короткие сроки была развита чрезвычайно развитая и мощная система многочисленных и взаимосвязанных дизайнерских организаций, равной которой не было ни в одной другой стране. Несмотря на ряд ошибок, она смогла заложить основы проектной, методической, учебной деятельности в области дизайна, способствовать его широкой пропаганде, оказать значительное влияние на мировую культуру в дизайне, с трудом пробивая себе путь в цивилизации

ХХ в.

3. Дизайн в России сегодня

В середине 80-ых годов стали возможны ранее закрытые формы творчества, а достаточно скованное, но начавшееся развитие частного предпринимательства позволило молодым, возможности которых до того были скованы государственным строем, открыть собственное дело. Именно в это время начали появляться одни из первых частных дизайн-студий и рекламных агентств (именно тогда начался выпуск исключительно рекламно-ориентированных изданий: «Экстра-М», «ЦентрPlus» и др.), что порождало спрос услуг новой отросли бизнеса, создав предпосылки для дальнейшего, уже более уверенно чувствующего себя в новых созданных условиях, профессионального дизайна, превратившегося постепенно из стихийного и необузданного явления в явление, плотно занявшее свою нишу как на Российском, так и сегодня уже на мировом рынке.

Поскольку тема достаточно широка – остановимся на основных творческих объединениях в области графического дизайна.

Академия Графического Дизайна

В 1992 году Сергеем Серовым создается Академия Графического Дизайна. весной 1993 года в состав учредителей Академии были приглашены Александр Коноплеви Александр Шумилин, из-за рубежа Михаил Аникст (Великобритания), Максим Жуков (США), Евгений Добровинский (Израиль). 23 апреля 1993 года Академия прошла регистрацию и уже в сентябре была принята в члены-корреспонденты ICOGRADA, где до того момента Россия представлена не была никогда. В июле1995 Академия Графического Дизайна – постоянный член ICOGRADA. В 1994 годув Академию принимаются художники книги и шрифта Владимир Ефимов, Валерий Васильев, Андрей Костин и Николай Попов. В 1999 году приходит время «молодых», проявивших себя как раз в начале девяностых: Андрей Бильжо, Анатолий Гусев, Эркен Кагаров, Андрей Логвин, Юрий Сурков. В качестве почетных иностранных членов в Академию были приняты мастера мирового дизайна, принявшие особое участие в российской художественной жизни.

За прошедшие годы академики приняли участие в работе более чем ста отборочных комитетов и жюри различных конкурсов, представляли Академию во всевозможных экспертных советах. Академия проводила проектные семинары, организовывала творческие акции, для участия в которых привлекались многие дизайнеры, составившие некий актив Академии, собственный академический круг мастеров графического дизайна. Академия активно сотрудничает со многими творческими и производственными коллективами. Наиболее серьезную поддержку Академии оказывают дизайн-бюро «Агей Томеш», компании «Линия График» и «Витрина А»

Академия – организатор Московской международной бьеннале графического дизайна «Золотая пчела» и целого ряда дизайнерских выставок, плакатных акций.

Деятельность Академии приобрела дополнительную динамику, когда в 2000 году к ее работе подключилась в качестве исполнительного директора и куратора молодой искусствовед Елена Рымшина.

Забота Академии о передаче опыта новым поколениям дизайнеров-графиков нашла свое воплощение в учреждении в 1997 году Высшей Академической Школы Графического Дизайна на базе Московского училища прикладного искусства.

Клуб дизайнеров Портфолио

Клуб профессиональных дизайнеров «Портфолио» был основан в 1996 году. Задач клуб преследовал сразу несколько. Первая - если на Западе к тому времени существовало несколько десятков дизайнерских объединений, выпускающих собственные каталоги, проводящие различные выставки и конкурсы, то в России ничего подобного не было. Ниша, занимая на Западе такими организациями как Communication Аrts, Graphis, Print и проч. в России была пуста. Также в задачи ставилось объединение дизайнерских сообществ, студий, в единое целое под одним крылом, поддержка цеховых отношений в дизайнерской среде. Был за планирован ежегодный выпуск каталога по принципу «дизайнеры для дизайнеров», он выступал как рейтинг среди профессионалов, где мерилом успеха являлась публикация. Чтобы быть допущенной к публикации, работа должна пройти через жесткий профессиональный совет. Также при его помощи была проложена, наконец дорожка к заказчику – работы были собраны под одной обложкой, они перестали быть анонимным, заказчик мог уже складывать полноценное впечатление, что можно ожидать от той или иной студии. Каталог «Портфолио» выступил катализатором в дизайнерском сообществе – пробудив общественность и наконец создав повод задуматься о профессионализме, повышении собственного уровня, рейтинге на рынке, исходя не только из существующих заказов, но и потенциальных. За время существования клуба было проведено несколько акций: «Знак рубля», «Я обещаю», «Содизайн», «Лови момент» и проч. Акции были некоммерческими и основная их задача коллерировала с задачами каталога: привлечение интереса общественности, помощь участникам в позиционировании и идентифицировании себя на рынке, повышение рейтинга профессии, интереса к ней и собственному проффесионализму.Участники клуба: Банков Петр, Илышев Сергей, Кагаров Эркен, Кожухова Екатерина, Копейко Василий, Кузьмина Наталья, Кузьмин Сергей, Кулагин Андрей, Мещеряков Арсений, Облапохин Николай, Перышков Дмитрий, Славин Леонид, Фейгин Леонид, Юданов Владимир.

На сегодняшний день работа клуба к сожалению приостановлена.

Art Directors Club Russia

В России ADCR появился совсем недавно, в июне 2004 года. Благодаря усилиям BBDO, Mc Cann Erickson, Lowe Adventa, Leo Burnett, «Родной речи», DDB и студии «Директ Дизайн», и генерального партнера ИД «Медиадом». ADCR создается в соответствие с концепцией международных клубов арт-директоров, которые традиционно являются влиятельной профессиональной организацией в области рекламы и дизайна.

«ADCR нужен для того, чтобы поднять профессиональную планку и показать, что есть работы на «пять», что они может быть очень разными, но, самое главное, что они есть в нашей стране. Таким образом, наши «пять» станут новым профессиональным стандартом. Мы не пытаемся навязывать никому своих оценок, а просто помочь тому, кто хочет и может перейти на новый уровень». ADCR — некоммерческий клуб, объединяющий людей творческих профессий в рекламе и созданный в соответствии с международной концепцией клубов арт-директоров. Во всем мире Art Directors Club имеет четкий формат, который базируется на нескольких ключевых понятиях.

Во-первых это Клуб. Клуб — это сообщество профессионалов в рекламе и дизайне, пространство, на котором они встречаются, обмениваются опытом, общаются. Попасть в клуб ADC довольно сложно. Первоначальный пул формируется, как правило, из людей, которые внесли неоспоримый вклад в развитие индустрии, и призеров различных рекламных конкурсов. Таким

Во-вторых Ежегодник. Каждый год ADC выпускает каталог лучших работ в рекламе, отобранных на конкурсной основе национальными клубами ADC, которые имеются во многих странах.

В третьих – при клубе существует Учебный Центр, который включает создание программ, помогающих студентам и молодым специалистам развивать себя и находить свое место в рекламной индустрии. Для этого предусмотрено проведение специальных конкурсов и мастер-классов. К этому процессу подключены ведущие университеты и учебные заведения.

Президентом клуба является Александр Алексеев. В совет директоров клуба входят такие мэтры российского дизайна как Александр Бренер, Юрий Воловский, Игорь Лутц, Михаил Кудашкин, Дмитрий Перышков, Кирилл Смирнов, Леонид Фейгин.

На момент написания этого реферата Art Directors Club Russia ведет активную подготовку к профессиональному конкурсу ADCR Awards, который будет проходить весной и по итогам которого будет создан Ежегодник ADCR —каталог лучших работ за 2004 год. В ежегодник попадут работы только золотых, серебряных и бронзовых призеров. Победители также получат возможность отправить свои работы на общеевропейский конкурс клубов арт-директоров Art Directors Club Europe и опубликовать их в Ежегоднике ArtDirectors Club Europe. Кроме того, победителям будет сделано предложении о вступление в ADCR.

3.1. Имена и студии

Хотелось бы остановиться на некоторых не последних именах и названиях студий в современном российском графическом дизайне.

Студия Артемия Лебедева и ArtLebedev Group

Студия Артемия Лебедева основана в 1995 году. Представительства компании работают в Германии, Франции, Латвии и Украине. Центральный офис находится в Москве. Основана студия была как веб и является одной из первых на территории России. Сейчас в портфолио студии есть как веб-сайты, так и упаковка, полиграфическая продукция, объекты промышленного дизайна.

ИМА-Дизайн

Студия ИМА-дизайн, основанная в 1994 году, стала известна своими знаками и логотипами, а также - проведением качественных корректировок фирменно гостиля. С развитием рынка студия начала выполнять работы по созданию рекламных обращений, концепций рекламных кампаний, брэндов, дизай для упаковок "вплоть до тиража", разработку выставочного дизайна.

Open!Design&Concepts

Студия основана в 1996 году Сергеем Кужавских и Стасом Жицким. Основное направление работы – полиграфическая продукция, айдентика, брэндинг, но также в портфолио есть и работы по оформлению интерьера, промышленный дизайн.

Direct Design

Студия основана в 1993 году Леонидом Фейгиным и Дмитрием Перышковым. Студия занимается графическим дизайном и рекламой, разрабатывает знаки, логотипы.

Дизайн Депо

Студия основана в 1997 году Петром Банковым и Екатериной Кожуховой. Основные направления: брэндинг, полиграфия, айдентика, оформление печатной продукции, интернет-проекты. С 1997 года студией издается журнал о графическом дизайне «Как».

OstenGruppe

Дизайн-бюро Ostengruppe организовано 11 марта 2002 года. Сфера интересов: актуальный функциональный дизайн (графический, телевизионный, интернет, видео, интерьерный, мебельный, fashion). Сфера деятельности: рекламные и PR-коммуникации, СМИ, новые технологии.

АгейТомеш

Дизайн-бюро АгейТомеш было основано в 1991 году. Сфера деятельности - креатив, графический дизайн, рекламная полиграфия. Сфера деятельности: рекламные плакаты и полосы, бигборды, буклеты и годовые отчеты, каталоги, бренды и логотипы, календари и другую представительскую продукцию. Студией издается журнал об искусстве WAM.

Табу

Основана в 1995 году в Москве. Основное направление деятельности студия графического дизайна "Табу" имиджевая реклама: от разработки фирменного стиля и рекламной полиграфии до концепции рекламной компании.

ТипоГрафикДизайн

Студия «ТипоГрафикДизайн» Основана в 1992 году Василием Копейко. Основное направление деятельности – полиграфия.

Letter Head

Студия занимается графическим дизайном. Портфолио студии включает фирменные стили, календари, годовые отчеты, дизайн упаковки, рекламные и POS материалы, рекламные концепции, нестандартные креативные решения для эксклюзивных проектов и оригинальные авторские иллюстрации.

DefaGruppe

Группа компаний, основанная в 2000 году. Основное направление – интернет-разработки, но в портфолио студии есть и наружная реклама, и полиграфическая продукция, дизайн одежды. Основатель сети рекламных открыток Sunbox.

Actis

Компания основана в 1997 году и основной деятельностью являетсяразработчика и интернет-решений для бизнеса, имея в портфолио более 500 работ для заказчиков со всего мира.

BBDO

Всемирное рекламное агентство, имеющее филиал и в России. Компания занимается электронным маркетингом, печатным производством, дизайном, телевизионным производством, разработкой брендов, созданием упаковки, фирменного стиля, неймингом.

3.2.Специальное образование

Поскольку в России дизайн все же находился на несколько более отсталом уровне от общеевропейского, то специфика предшествующего дизайнерского образования наложила свой отпечаток на художественные ВУЗы. Многие учебные заведения, имея при себе художественно-графический факультет не способы справиться с этой достаточно узкой специализацией и многие не имеют подобного факультета, предоставляя абитуриентам лишь художественное образование. Остановимся на российских вузах, готовящих студентов по специальности «графический дизайн».

Московский Художественно-промышленный институт им. Строганова. В 2000 году Строгановке исполнилось 175 лет. Основанная графом С.Г.Строгановым Школа рисования в отношении к искусствам и ремеслам в конце XIX века стала ведущей по подготовке художников текстиля, интерьера, мебели, графики и ювелирного искусства. В 1918 году Императорское Строгановское училище было преобразовано в Государственные свободные художественные мастерские, а в 1920 году во ВХУТЕМАС-ВХУТЕИН, расформированный в 1930 году. В 1945 году Строгановское училище было воссоздано. Ныне это Московский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г.Строганова.

Среди сегодняшних задач дизайнера-графика встречается немало и пространственных объектов: вывески, витрины, объемные знаки, рекламные установки.

Начальные упражнения с кистью или пером рассчитаны на постановку руки, выработку моторики движений. Угловатые и неровные линии сменяются более плавными. Постигается соотношение контрастов черного и белого, складывается понимание пространства листа. Одни задания воспроизводят тему симметрии, другие—умение работать со шрифтом как с изобразительным материалом. Специальный цикл посвящен фактуре линий и поверхностей, умению строить

колористические ряды. Многое в этих упражнениях связано с работами художников ХХ века. Оптические эффекты идут от работ Вазарелли, фактурные композиции и различная графическая трактовка линий—от пропедевтики ВХУТЕМАСа и Баухауза, коллаж—от русских конструктивистов, сетчатые конструкции—от работ Колейчука. Опыт построения симметричных композиций может включать создание простейшего калейдоскопа, вырезание снежинок, построение ритмически организованных поверхностей, розеток по типу средневековых витражей и т.п.

Объемные упражнения строятся в основном на трансформации бумажного листа. Плоскость в современном дизайне—один из основных материалов. Металл, картон, фанера, композитные материалы, всевозможные пленки, пластики—все это путем несложных технологических операций можно сделать объемным, конструктивно жестким. Оценивая эти композиции, мы смотрим прежде всего на конструктивную и комбинаторную изобретательность.

3.3.Основные выставки и фестивали

Дизайн и Реклама

Проводится с 1994 года в Центральном Доме Художника. «Дизайн и Реклама» –одна из самых престижных и успешных рекламно-дизайнерских выставок России, где отечественные и зарубежные компании представляют новые направления и идеи в рекламе, демонстрируют современные рекламные технологии и материалы, лучшие образцы продукции. В последние несколько лет выставка занимает все пространство Центрального Дома художника – 8500 кв.м.

Московский Международный Фестиваль Рекламы

Московский Международный Фестиваль Рекламы – крупный рекламный форум, который по сложившейся традиции проводится ежегодно в ноябре в московском Центре международной торговли на Красной Пресне. За годы своего существования ММФР стал самым авторитетным международным рекламным Фестивалем, проходящим в нашей стране. На протяжении последних девяти лет его бессменным президентом является Игорь Янковский. Все началось с Первого Российского конкурса видеоклипов, который состоялся в марте 1992 года. В ноябре того же года прошел второй подобный конкурс, на котором и было решено проводить ежегодные осенние Фестивали рекламы в Москве. С 1995 года в жюри ММФР работают мэтры мировой рекламы, активно расширяется география Фестиваля, увеличивается число конкурсный работ.

В программе Фестиваля представлены уже ставшие традиционными конкурсы:«Телевизионная и кинореклама», «Печатная и наружная реклама», «Этикетка и упаковка», «Интернет», «Радиореклама», «Молодые креаторы». Московский Международный Фестиваль Рекламы за дни работы собирает более четырех тысяч специалистов по рекламе со всей страны. Устоявшейся практикой стало проведение конференций, семинаров и мастер-классов, на которых обсуждаются новые тенденции мировой рекламной индустрии, пути и перспективы развития российской рекламы, происходит обмен творческими идеями и наработками.

Несмотря на свою деловую направленность и насыщенную научную программу, Фестиваль – это три дня праздника, включающего в себя массу любопытных мероприятий. Увидеть их собственными глазами приезжают тысячи гостей из различных регионов и стран. В числе гостей и участников Фестиваля – ведущие российские и зарубежные рекламо производители и рекламодатели, представители Антимонопольного комитета, Торгово-промышленной палаты и другие общественно и политически значимые фигуры.

Профи

Конкурс «ПРОФИ» проводится с 2003 года и призван продемонстрировать рекламодателям профессиональные возможности российских рекламистов по созданию продуктивных маркетинговых коммуникаций. В планах устроителей привлечение к участию не только именитых «монстров рекламы», но максимально широкий круг рекламных агентств (из всех регионов России), чувствующих свой потенциал, но еще не имевших возможностей применить свои силы на серьезном клиенте. Не случайно среди традиционных номинаций предусмотрена и такая необычная категория как «непринятый креатив».

Устроители особо подчеркивают, что намерены избежать знакомой многим ситуации, когда работы рекламистов оценивают только рекламисты. Конкурс «ПРОФИ» организован как модель существующей схемы взаимоотношений«рекламист — рекламодатель». Именно поэтому конкурсное жюри выставки состоит из руководителей департаментов рекламы и маркетинга ведущих рекламодателей российского рынка. Задача жюри — оценить презентации участников конкурса рекламы на предмет профессионализма и способности реализовать маркетинговые задачи заказчика.

Заключение

Как вывод хочется сказать то, что уйдя от отдельных имен и течений в истории дизайна СССР, который в большинстве своем был анонимным и лишь единицам удавалось вырваться из этого безликого сообщества и заявить о себе миру, дизайн сегодняшний «вышел из подполья» - на рынке оформительских услуг, наконец, появилась здоровая конкуренция, дающая потенциал для профессионального роста отечественных дизайнеров. Конечно, дизайн сегодня уже отошел от канонов советского прошлого, но прошло лишь одно десятилетие и дизайн в том виде, в котором он существует сегодня – наука достаточно молодая. Уже был совершен некоторый прорыв, поступают заказы из-за рубежа и многие студии сотрудничают с иностранными коллегами, обмениваются опытом, известны за рубежом и имеют даже там представительства. Но это лишь начало– каждый проводимый фестиваль и выпущенный каталог не перестает это демонстрировать, демонстрировать творческий и профессиональный рост.

Библиографический список

1. Иванов Г. Электробытовые товары и требования к ним. - «Советская торговля», 1965, № 5

2. «Техническая эстетика», 1965, № 4.

3. Советский дизайн 1962-1965. ВНИИТЭ. М., 1968.

4. Дижур А. Л., Художественное конструирование в социалистических странах, М., 1971.

5. Художественное конструирование в СССР. 1968-1969, М., 1971.

6. Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. М., 1995.

7. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль:  Введение в философию дизайна. Екатеринбург, 2001.

 +Wikipedia, encycl.yandex.ru