DOI: 10.17117/no.2014.01.092

Поступило в редакцию: 11.11.2014

<http://ucom.ru/doc/no.2014.01.092.pdf>

rector@kubsu.ru

Марченко М.Н., Федосеева А.А.
Методика и методы предпроектного анализа
при дизайн-проектировании фирменного
стиля студии ручной работы

Marchenko M.N., Fedoseyeva A.A.
Methodology and methods of the predesign analysis at design
engineering of the corporate style of studio of handwork

В статье описаны проблемы, возникающие при дизайн-проектировании фирменного стиля, а также способы их решения посредством различных методик и методов. Также в статье приведены примеры, как данные методики применялись при дизайн-проектировании фирменного стиля студии ручной работы

Ключевые слова: фирменный стиль, методика предпроектного анализа, дизайн-проект, ручная работа, дизайнерское решение, профессиональная подготовка

Марченко Марина Николаевна
 Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой
 Кубанский государственный университет
 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Федосеева Алена Александровна
 Магистрант
 Кубанский государственный университет
 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

In the article the problems arising in the process of designing of a corporate style and the ways of their decision by means of various techniques and methods are discussed. Some examples, which describe the ways these techniques were applied in the process of design of a corporate style of the studio of handmade goods of "Vozhik" are also given in the article. The results of this research can be used in the educational process during professional training of future designers

Key words: corporate style, methods of the pre-design analysis, design project, handwork, design decision, professional training

Marchenko Marina Nikolaevna
 Doctor of Pedagogic Sciences, Professor, head of Department
 Kuban State University
 Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

Fedoseyeva Alena Aleksandrovna
 Undergraduate
 Kuban State University
 Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

Суть методики предпроектного анализа состоит в расчленении процесса исследования предлагаемой дизайнеру ситуации на ряд этапов, самостоятельных по целям и результатам работ [5].

Сбор данных на предпроектном этапе в процессе создания проекта включает в себя такие методы как беседа с заказчиком или потребителем; знакомство с местом проектирования; изучение сути проектирования; изучение методической литературы; изучение специальной литературы; сбор социологи-

ческих данных о потребителе; проведение ряда социологических опросов; изучение аналогового материала.

Подготовительный этап являет собой мыслительную деятельность, которая предшествует выполнению проекта.

Методологический анализ – выработка взгляда на проект под углом зрения мировоззрения автора. Методологическая фаза способствует творческой инициативе и создает условия для формирования основной концепции, замысла, идеи или целевой установки, а также помогает установить направление творческого поиска [5].

На этом этапе может быть использован экспериментально-лабораторный метод проектирования. Этот метод основан на использовании в проектировании научного анализа и лабораторных исследований. Он помогает успешно преобразовать результаты объективных исследований в субъективное решение.

1 этап. Обследование, знакомство с ситуацией, контекстом размещения будущего объекта, перечнем свойств, которыми он должен обладать. Техника этого этапа: изучение аналогов, обзор литературных данных и реальных прототипов, выяснение их положительных и отрицательных качеств, формулировка прямых задач дальнейшей работы.

2 этап. Дизайнер ставит перед собой задачу восприятия задания как проблемы, т.е. столкновения противоречий между обстоятельствами будущей жизни объекта и эксплуатационными характеристиками его структур.

3 этап. Сравнение предложений, рассматривающее отдельные аспекты проблемы, сведение их в разные варианты общего решения, и выбор среди этих вариантов наиболее эффективного. Это еще не проект, а дизайн-концепция, принципиальная дизайнерская идея будущего проекта, но уже содержащая его реально представимые формы: инженерно-технические, пространственные, процессуальные и т.д. [6].

Структура проектной деятельности сложна и включает следующие моменты:

- синтез воображения и абстрактного мышления, воображения и рассудка, интуитивного и дискурсивного;
- способность предвосхищения, антиципация;
- синтез внутреннего, сокровенного, имманентно присущего творцу и внешнего, даваемого культурой и обстоятельствами;
- консистенция знаний;
- игровой момент;
- единство отражения и преобразования действительности;
- единство сознательного и бессознательного;
- единство новаторского и репродуктивного [6].

Когда мы осмысливаем вещь на стадии ее существования в качестве проекта, то понимаем, что эта вещь еще не существует, но задумана и должна появиться [7]. Человек совершает выбор между существующим и несуществующим в пользу того, что пока отсутствует. [8].

Все варианты задач композиционной организации средовых комплексов можно разделить на две группы: "проектирование без аналогов" – создание объектов принципиально новых, где синтезируются не встречавшиеся ранее технические, пространственные и образные параметры; "проектирование по прототипам" – внесение новых качеств в облик или техническое решение объектов и систем, уже знакомых потребителю. Речь идет о совершенствовании, модернизации зарекомендовавшего себя приема организации среды, приспособление отработанной технической или пространственной схемы к новым вкусам или обстоятельствам [2].

Существует большое количество методов проектирования. Выбор метода дизайнером зависит от поставленных целей и задач. Так же выбор метода основывается на обстановке, ситуации в которой решается данный объект. Далее разберем четыре основных метода проектирования в дизайне.

1. Унификация и агрегативность.

В теоретическом сознании представителей технической сферы унификация рассматривается как один из главных органов управления индустриальным производством предметной среды. Цель унификации – «повышение эффективности общественного производства путем упорядочивания, рационального сокращения числа видов возможных объектов и приведение их к единообразию» [3, с. 15]. Отсюда основная задача унификации – определение количества изделий, необходимых для удовлетворения потребностей общества. Унификация понимается как многоаспектная, многоуровневая деятельность во всех сферах человеческой деятельности со своими целями, объектами и методами осуществления. Результат унификации совместимость, заменяемость, повторяемость объектов на основе преемственности. Основным принцип унификации – повышение разнообразия систем при минимуме элементов. Как правило, выделяют два основных направления внедрения унификации в проектную практику:

1. Типовая, осуществляемая путем создания и выпуска унифицированных рядов однородных изделий, с базовыми моделями и модификациями.

2. Межтиповая, достигаемая путем создания и применения в разнородных изделиях одних и тех же унифицированных элементов (агрегатов, узлов и деталей). Межтиповая унификация связана с пространственной перекомпоновкой однородного или разнородного состава унифицированных элементов, то есть агрегатированием [7].

Агрегативность определяется в связи с процессом унификации и применению типовых решений – как «метод проектирования изделий, разнообразных по назначению, из ограниченного количества элементов многократного использования путем изменения характера соединений и пространственного сочетания этих элементов» [2, с. 35]. Агрегативность – метод создания и эксплуатации изделий, основанный на геометрической и функциональной взаимозаменяемости отдельных элементов и узлов, каждый из которых может быть использован при создании различных модификаций изделия. Использование этого метода проектирования позволяет создать необходимые для потребителя новые изделия.

2. Структурное моделирование.

Данный метод является свободной компоновкой первичных модульных элементов в разнообразные по конфигурации и связям системы и структурные комплексы. «Метод структурного моделирования используется при поисках и разработке гибких, открытых для развития систем, обладающих композиционной способностью «присоединяемости» [3, с. 45]. Метод гармонично увязывает требования унификации при индустриальном производстве с возможностью индивидуализации отдельных композиционных решений и является гибким средством организации разнообразных предметно-пространственных образований [7].

3. Инверсия.

Инверсия – это перестановка слагаемых. Метод инверсии позволяет преодолевать критические ситуации в проектировании за счет изменения угла зрения на объект работы; за счет смены творческой установки и так далее. Свежий взгляд на предмет дает новые варианты решения той же задачи, развив воображение, позволяет увидеть в уже отвергнутом предложении неиспользованные резервы. Те же задачи, но несколько иначе, решает прием проектирование в воображаемых условиях, когда реальные обстоятельства работы объекта условно подменяются неожиданными решениями или даже фантастическими.

4. «Мозговая атака».

Метод и термин "мозговая атака", или "мозговой штурм", предложен американским ученым А.Ф. Осборном. Эвристический диалог "мозговой атаки", базируется на ряде психологических и педагогических закономерностей, но прежде чем их сформулировать, следует кратко остановиться на тех теоретических предпосылках, которыми руководствовались создатели этого метода. Изобретателями было отмечено, что коллективно генерировать идеи эффективнее, чем индивидуально.

В обычных условиях творческая активность человека часто сдерживается явно и не явно существующими барьерами (психологическими, социальными, педагогическими и т.д.). К ним, как правило, относят жесткий стиль руководства, боязнь ошибок и критики, сугубо профессиональный и слишком серьезный подход к делу, давление авторитета более способных товарищей, традиции и привычки, отсутствие положительных эмоций и др.

Диалог в условиях "мозговой атаки" выступает в роли средства, позволяющего убрать возможные барьеры, высвободить творческую энергию участников решения творческой задачи.

Мозговой штурм, как и любой другой метод поиска новых решений, имеет свою цель и методику проведения. Цель мозговой атаки является получение максимального количества новых идей за счет взаимного стимулирования членов группы к интенсивному интеллектуальному поиску. Преимуществом метода заключается в неограниченности спектра проблем, к которым он может быть применен: с помощью метода мозговой атаки можно рассматривать любую проблему, если она достаточно просто и ясно сформулирована. Этот метод используется на любой стадии проектирования, как в начале, когда про-

блема еще окончательно не определена, так и позднее, когда уже выделены сложные подпроблемы.

Еще одно преимущество метода заключается в том, что от участников мозгового штурма требуется минимальная предварительная подготовка. В ряде случаев оказывается полезным привлечение людей, никогда ранее не занимавшихся обсуждаемыми проблемами.

Реальные методики обычно содержат в себе в той или иной степени элементы всех рассмотренных типов, каждый из которых чем-то дополняет другие [3].

Перечисленные проектные методики были использованы при разработке фирменного стиля хендмейд-студии «Вожик». Особенное внимание было уделено методике «Мозговая атака». Были опрошены люди от 12 до 27 лет (целевая аудитория магазина хендмейд-студии «Вожик» в социальной сети Вконтакте), через которую будет реализовываться товар (в основном его количестве). Задан вопрос, какое животное и цвет ассоциируется у них при словах «рукоделие», «трудолюбие», «теплота». В результате этого опроса было выявлено, что при этих словах у опрошенных возникают в воображении животные: лиса, еж, енот, медведь и цвета: древесный (тепло-коричневый), соломенный, травянисто-зеленый, кирпичный, землистый. Решающим фактором выбора того или иного животного и цветовой гаммы было пожелание заказчика. На основе опроса и пожеланий заказчика было решено взять за основу знак с изображением ежа и «теплую» цветовую гамму, а именно цвета: соломенный, тепло-коричневый, черный (для поддержания контраста) и белый (для выгодной подачи). Было предусмотрено использование различных природных текстур.

Рис. 1. Результаты опроса

Проведен социальный опрос, в ходе которого опрашиваемым предлагалось выбрать товарный знак хендмейд-студии «Вожик». Опрашиваемым предоставлялось шесть различных вариантов торгового знака с различным начертанием названия. В результате опроса большинство проголосовало за вариант №5, но при выборе товарного знака были предпочтительны пожелания заказчика и дизайнера. В итоге выбран товарный знак под номером 6 (рис. 1). Так же были учтены и комментарии опрашиваемых (рис. 2).

Рис. 2. Комментарии опрашиваемых

Рис. 3. Ассоциативный опрос

После того, как был определен знак, проведен новый опрос, в ходе которого опрашиваемым предлагалось определить, какие услуги предполагает выбранный ими товарный знак. Большинство испытуемых проголосовало за вариант № 5 («Хендмейд-студия»), что абсолютно точно соответствует истине. Следовательно, у потребителя данный образ знака ассоциируется с ручным трудом (рис. 3).

В процессе дизайн-проектирования были использованы такие методы исследования, как:

- беседа с заказчиком;
- знакомство с предметом проектирования (изделия ручной работы);
- изучение методической литературы;
- изучение специальной литературы;
- сбор социологических данных о потребителе (о поле и возрасте потенциальных покупателей);
- проведение ряда социологических опросов (о выборе лучшего товарного знака и на наличие ассоциаций с выбранным товарным знаком);
- изучение аналогового материала.

Были изучены методология и принципы проектирования, произведен анализ аналогов, в ходе которого были выявлены некоторые особенности. Например: чтобы выделяться среди конкурентов, нужно иметь яркий, стильный, выдержанный, запоминающийся дизайн; цветовые и тоновые контрасты должны выигрышно обыгрывать фирменный стиль; фирменный стиль должен быть решен оригинально на основе креативной дизайнерской идеи. Эти выводы помогли нам в создании собственного дизайн-проекта. Так же был осуществлен подбор изображений, цветовой гаммы и шрифтов.

В результате проведенного исследования были установлены некоторые особенности проектирования дизайна полиграфической продукции. Были выявлены особенности ручной работы, специфика применения некоторых законов композиций и цвета. Все элементы полиграфии выдержаны в едином стиле, приятны и спокойны по цветовой гамме.

В результате проведенного социологического исследования отмечено, что фирменный стиль удался, отвечает поставленным задачам и соответствует концепции. Фирменный стиль готов к реализации и воплощен заказчиком. Результаты проведенного исследования могут быть использованы в учебном процессе вузов в ходе профессиональной подготовки будущих дизайнеров.

Список литературы:

1. Ажгихин С.Г. Формирование технологических знаний студентов вузов в процессе обучения проектированию в графическом дизайне // Историческая и социально-образовательная мысль. 2011. № 3. С. 39-43.
2. Ахмедов Г.Г. Организация архитектурно-дизайнерской деятельности. М.: МГУТУ, 2012.
3. Грашин А.А. Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды. М.: Архитектура, С. 2004.
4. Марченко М.Н. Графическая деятельность и компьютерные технологии в профессиональной подготовке будущих дизайнеров // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 5 (21). С. 115-118.
5. Методика подхода к проектированию объектов дизайна среды.
URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=36196>.

6. Методы проектирования в дизайне и разработка дизайн-концепций.
URL: http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/conzept_design/307
7. Минервина Г.Б., Шимко В.Т. Дизайн: Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайн-проектирования. Мастера и теоретики. М.: Архитектура, С. 2004.
8. Мосоров А.М., Мосорова Н.Н. Теория дизайна. Екатеринбург: Солярис, 2004.

References:

1. Azhgikhin S.G. Formation of technological knowledge of students of higher education institutions in the course of training in design in graphic design // Historical and social and educational thought. 2011. № 3. Pp. 39-43.
2. Akhmedov G.G. Organization of architectural and design activity. M.: MGUTU, 2012.
3. Grashin A.A. Methodology of design engineering of elements of the subject environment. M.: Architecture, With, 2004.
4. Marchenko M.N. Graphic activity and computer technologies in vocational training of future designers // Historical and social and educational thought. 2013. № 5 (21). Pp. 115-118.
5. Technique of approach to design of objects of design of the environment.
URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=36196>.
6. Design methods in design and development of design concepts.
URL: http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/conzept_design/307
7. Minervina G.B., Shimko V.T. Design: Basic provisions. Types of design. Features of design. Masters and theorists. Il. words. M.: Architecture, 2004.
8. Mosorov A.M., Mosorova N.N. Theory of design. Yekaterinburg: Solaris, 2004.

© 2014, Марченко М.Н., Федосеева А.А.

Методика и методы предпроектного анализа при
дизайн-проектировании фирменного стиля студии
ручной работы

© 2014, Marchenko M.N., Fedoseyeva A.A.

Methodology and methods of the predesign analysis
at design engineering of the corporate style of studio
of handwork