Е.В. ВАСИЛЕНКО

Доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры искусств, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

e-mail: elenalopasova@mail.ru

Е.А. СЕМЕНОВА

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Художественное стекло» РГХПА им. С.Г. Строганова

e-mail: kato.semenova@mail.ru

Д.А. НАУМОВА

Студент кафедры промышленного дизайна МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)

e-mail: rostuk444@gmail.com

E.V. VASILENKO

Associate Professor, Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)», associate Professor of the Department of Arts, Russian State Social University

e-mail: elenalopasova@mail.ru

E.A. SEMENOVA

Candidate of Art History, Associate Professor of the Department of Art Glass of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts

e-mail: kato.semenova@mail.ru

D.A. NAUMOVA

Student of the Department of Industrial Design at the K.G. Razumovsky Moscow State University of Technology and Management (PKU)

e-mail: rostuk444@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_3_2_274_282

ЭВОЛЮЦИЯ ДИЗАЙНА: ОТ УТИЛИТАРНОЙ ФОРМЫ К СИНТЕЗУ ЭРГОНОМИКИ, БРЕНДА И ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

THE EVOLUTION OF DESIGN: FROM UTILITARIAN FORMS TO THE SYNTHESIS OF ERGONOMICS, BRANDING, AND HIGH TECHNOLOGY

Эволюцию дизайна от древних примитивных форм, выточенных для удобства, до сложной современной эстетики и функциональности. Рассматривается роль дизайна как синергии эргономики, пользы и лица бренда, влияния технических и культурных факторов на формацию предметов быта, мебели и транспорта. Исторически подчеркнут переход от бытовых потребностей к индустриальному дизайну, а затем — к высокому классу: спортивные и гиперкар-концепты, аэродинамика, комфорт и инновационные материалы. Приводятся примеры из мировой и российской практики, а также рассуждения о том, что многие концепты остаются на бумаге, но служат источником идей для будущего дизайна и смежных областей.

The evolution of design from ancient primitive shapes chiseled for convenience to sophisticated modern aesthetics and functionality. The role of design is considered as a synergy of ergonomics, the benefits and face of the brand, the influence of technical and cultural factors on the formation of household items, furniture and transport. Historically, the transition from household needs to industrial design, and then to high class, has been emphasized: sports and hypercar concepts, aerodynamics, comfort and innovative materials. The article provides examples from global and Russian practice, as well as discussions about how many concepts remain on paper but serve as a source of ideas for future design and related fields.

Ключевые слова: эволюция дизайна, синергия эргономики и функции, форма ради функции, техническая эстетика, индустриальный дизайн, функциональность и эстетика, аэродинамика.
Keywords: design evolution, synergy of ergonomics and function, form for the sake of function, technical aesthetics, industrial design, functionality and aesthetics, aerodynamics.

Дизайн — это удивительный феномен, который редко воспринимается как нечто целостное, но при этом неотъемлемо сопровождает человечество на протяжении всей его истории. Мы привыкли считать дизайн атрибутом современности: глянцевыми журналами, технологичными гаджетами или футуристическими концепт-карами.

Однако его корни уходят вглубь веков, к тому моменту, когда первобытный человек впервые прикоснулся камнем к камню, чтобы изменить его форму ради собственного удобства [3]. С тех пор прошли тысячелетия, и путь от грубо обточенного рубила до изящного гиперкара с карбоновым кузовом стал отражением развития наших потребностей, технологий и представлений о красоте.

В данном исследовании мы проследим эту эволюцию, рассматривая дизайн не просто как «красивую обертку», а как сложнейший симбиоз эргономики, пользы и характера бренда, который формируется под влиянием технического прогресса, культурных кодов и, конечно, человеческого стремления к совершенству [1].

Дизайн окружает людей повсюду — это не просто красивая обертка, которая существует только для продвижения продукта на рынке конкурентов, это в первую очередь форма ради функции, симбиоз эргономики, пользы и «лица» бренда [20].

Не задумываясь об этом, первобытный человек обточил камень, придав ему самую удобную форму для добычи пропитания и защиты, потом он же разработал орудия труда, основываясь на собственном опыте, уже понимая, какой формы должна быть рукоять, чтобы было удобнее и безопаснее ее держать [5].

Уже в девятнадцатом веке появляются отдельные профессии, которые разрабатывают предметы для индивидуального или массового потребления близкие к пониманию современного дизайна. В советское время существовало понятие «техническая эстетика». Это подразумевало, что в первую очередь рассматривался быт потребителя, учитывались требования рабочих.

После из полного анализа собранной информации, сформировалась конечная форма продукта. Производимые предметы мебели, технические средства и те же машины были наделены дизайном, но достаточно простым, так как на массовом производстве проще и быстрее сделать «коробку», чем уникальную вещь, так что особого разнообразия в формах не было [7].

В наше же время произошел резкий скачок в развитии технологий на фабриках, появились разнообразные материалы, которые позволяют сделать самые невообразимые вещи.



Рис. 1. Фото с выставки в павильоне «Транспорт СССР». URL: https://www.mos.ru/upload/newsfeed/articles/68a6978651036b48863e44409d4d373d/1.jpg (дата обращения 30.03.2026)

В конце XIX века создается Benz Patent-Motorwagen — первый автомобиль. Выглядел он как трехколесная карета, только вместо лошадей — мотор, состоящий из свечи зажигания, индукционной катушки, трамблёра, дроссельной заслонки, а для избежания возгорания была предусмотрена система охлаждения. Дизайн Benz Patent-Motorwagen очень элегантен и идеально описывает свой век, а создание первого мотора на бензине — настоящая революция в мире технологий.

После этого выпускались похожие автомобили, но даже здесь уже проявляется дизайнерская доля — на выбор потребителям были предложены разные версии такой кареты: она могла быть как открытой, так и закрытой, как детская коляска [9].

Новое изобретение стали быстро анализировать и в результате, уже в следующем веке автомобили перестали выглядеть как конные экипажи. Кардинально поменялся весь дизайн потомков первого автомобиля, так же повысились и внутренние характеристики: топливная экономичность увеличилась, а скорость — возросла в сотни раз [14].

На смену повозкам с деревянными лавками пришли легковые машины с футуристическим экстерьером и комфортабельным салоном. Ключевое слово «комфортабельным».

В XX веке автомобиль становится не просто средством передвижения, а предметом роскоши. И уже в соответствии с этим, инженеры продумывали внешний и внутренний дизайн. Чуть позже понимание физики и аэродинамики подтолкнули к созданию обтекаемых форм, а элементарные требования потребителей к удобству — к кожаным дорогим салонам [12].

Как известно, нет лучшего двигателя прогресса, чем желания сделать что-то совершеннее, ярче и необычнее, чем у других.

Желание быть лучшими и любовь людей к спорту, азарту и адреналину привели к созданию автомобильных гонок и представлению первых аэродинамических гоночных электромобилей «La Jamais Contente» или «Торпедо Кид». Как и в наше время, в XIX–XX веках показательные заезды были отличным способ конкурировать с другими автомобилями не только в скорости, но и в прочности, надежности и выносливости изделия [11].



Рис. 2. «La Jamais Contente». URL: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/cb/La_Jamais_Contente_at_Cit%C3%A9_de_l%27Automobile_248.jpg/960px-La_Jamais_Contente_at_Cit%C3%A9_de_l%27Automobile_248.jpg?_=20160322051236 (дата обращения 30.03.2026)

Для конструкторов, инженеров и дизайнеров это послужило хорошим стимулом к прогрессу и понимаю преимуществ и недостатков. За развивающимися технологиями неустанно следует и соответствующий дизайн [10].

За неземными технологиями неустанно следует и соответствующий дизайн. Меньше чем за 200 лет машиностроение пришло к потрясающей мощности и эстетике в одном продукте, который с конца 1980-ого поражает человечество. В этот период была спроектирована первая модель гиперкара McLaren — McLaren F1. Термин вытекает из предшествующего класса суперкаров, которые изначально создавались для гоночных трасс, но позже стали выпускаться и для городских дорог [8].

Создание двигателей с высокими показателями силы и скорости будто развязали конструкторам и инженерам руки и открыли новые возможности в области машиностроения. Естественно, это подхватили и дизайнеры, которые придали гиперкарам космический вид, чтобы отобразить внеземную мощь автомобиля [13].

Компания талантливого дизайнера Джоуина Вонга «Wyn Design» разрабатывает уникальные способы оказания услуг в автомобильной и будущей транспортной отрасли. Так как быстро меняющийся ландшафт автомобильных технологий требует новых подходов, включающие в себя передовые процессы проектирования и стратегии [6].

Они совмещают основные задачи промышленного дизайна с чем-то «гиперсовременным», поэтому процесс создания новых концеп-

тов автомобилей отличается воображением и смелостью, поиском решений сложных задач, которые приводят к таким проектам, как Apollo Project EVO, De Tomaso P72 и Naran Hyper Coupe.



Рис. 3. Naran Hyper Coupe. URL: https://kolesa-uploads.ru/r/880x/98682b33-70ae-45fb-9047-830d1b05db55/thenaranhigh-res2.jpg.webp (дата обращения 30.03.2026)

Однако как факт первый автомобиль из перечисленных с 2022 года остается на бумаге по непонятным причинам. Известно, что Джоуин Вонг вдохновляется старыми автомобилями или уже созданными моделями содружественных брендов и вместе со своей компанией доводит их до уровня межгалактических космолетов из фантастических фильмов [4].

В России так же есть, чем похвастаться. Игорь Васильевич Ермилин — прогрессивный дизайнер, который развивает свой проект Marussia GT. На сегодняшний день были представлены модели Маруси B1, B2 и B3, которые так и не получили полноценной реализации и остались невыпущенными в массовом или хотя бы тиражном производстве [2].

Сейчас это связывают с проблематичностью применения автомобиля на практике. Возможно, это произошло из-за недостаточного проведения тестовых проб, которые позволили бы совершенствовать идею и довести ее до готового продукта [15].

Так как представленные модели не продемонстрировали результаты и не оправдали вложенные инвестиции, получить дополнительные средства для дальнейшего развития не удалось и автомобили остались в планах, чертежах и набросках.

Многие концепты воплощаются в реальность сразу, а многие временно остаются на бумаге и ждут своего часа. Но даже если проект по какой-то причине не дошел до реализации, он может послужить примером для других творений и расширить представление о промышленном машинном дизайне.

Такие концепты — хорошая почва для воображения и создания новых идей не только в сфере автомобилей, но и в области бытовых приборов, дизайн-проектов освещений, техники и другого.

Некоторые гиперкары и спорткары, по крайней мере, на данный момент, в большинстве своем не созданы для обычной дороги и средне-

статистического человека, это скорее дизайн, созданный как фундамент для более реализуемых идей.

Проведенный анализ эволюции дизайна позволяет сформулировать несколько ключевых выводов.

— Дизайн первичен по отношению к эстетике. Историческое развитие подтверждает, что отправной точкой любого предмета всегда была функция. От первобытного рубила до советской «технической эстетики» форма формировалась исходя из эргономики, безопасности и удобства пользователя. Эстетическая составляющая становилась значимой лишь по мере насыщения рынка и развития конкуренции, превращая дизайн в инструмент брендинга.

— Технологии расширяют границы возможного. Революционные изменения в дизайне всегда были следствием технологического прорыва. Создание двигателя внутреннего сгорания породило автомобиль, а развитие аэродинамики и появление новых материалов (легкие сплавы, карбон, высокопрочный пластик) позволили перейти от утилитарных «коробок» к сложным, обтекаемым формам гиперкаров. Прогресс в производственных мощностях фабрик стал тем фундаментом, на котором зиждется современное разнообразие форм.

— Социокультурные факторы меняют семантику предмета. Дизайн чутко реагирует на запросы общества. В XX веке автомобиль прошел путь от средства передвижения до предмета роскоши, что повлекло за собой трансформацию не только внешнего вида (футуризм, аэродинамика), но и внутреннего пространства (кожаные салоны, комфорт). Спортивный азарт и стремление к превосходству стимулировали развитие гоночных моделей, которые, в свою очередь, становились полигонами для испытания инноваций, позже внедряемых в гражданский транспорт.

— Российский и мировой опыт: общность проблематики. Примеры проектов Marussia в России и концептов студии Wyn Design демонстрируют глобальную тенденцию: высокая дизайнерская мысль и инженерная смелость часто опережают экономические реалии и производственные возможности. Сложность сертификации, высокая стоимость реализации и недостаток тестовых прототипов становятся основными барьерами на пути от «бумаги» до дороги.

— Ценность нереализованных концептов. Исследование подтверждает, что концепт-кары и экспериментальные проекты, даже оставшиеся в виде чертежей, играют критическую роль в развитии дизайна. Они выступают в роли «источников идей», формируя визуальный язык

и технические подходы не только для автомобильной отрасли, но и для смежных сфер (бытовая техника, предметный дизайн, архитектура).

Эволюция дизайна представляет собой непрерывный диалог между человеком, технологией и средой. Начавшись с инстинктивного стремления к выживанию (удобная форма камня), дизайн превратился в сложнейшую междисциплинарную сферу, где пересекаются инженерия, искусство, маркетинг и психология восприятия.

Исторический путь от Benz Patent-Motorwagen до гиперкаров показывает, что дизайн никогда не стоит на месте. Каждый этап — от простоты массового производства до уникальности объектов класса «люкс» — оставлял важный культурный пласт, формируя наше представление о красоте и функциональности.

Проблема «бумажных» концептов, столь ярко проявленная в российской практике (Marussia) и в деятельности мировых дизайн-студий, является неотъемлемой частью прогресса. Она демонстрирует, что дизайн часто выступает в роли исследователя, прокладывающего пути, по которым промышленность сможет пойти только спустя годы.

Таким образом, дизайн сегодня — это не просто создание вещей, а создание смыслов. Даже оставаясь на бумаге, смелые идеи формируют фундамент для будущих поколений, напоминая, что главным двигателем прогресса остается человеческое стремление сделать мир не только удобнее, но и ярче, быстрее и совершеннее.

Список литературы:

1. *Аронов В.Р.* Теоретические концепции зарубежного дизайна и их интерпретация в советской практике 1950–1980-х годов — Москва: ВНИИТЭ, 1990. — 112 с.

2. *Бухаров А.В.* Конструкция, расчет и потребительские свойства автомобилей. — Москва: Машиностроение, 2018. — 412 с.

3. *Ермилин И.В.* Дизайн и время. Заметки о профессии. — Москва: Союз дизайнеров России, 2015. — 160 с.

4. *Жуков Д.М.* Промышленный дизайн: от прототипа до серийного производства. — Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2021. — 240 с.

5. *Кларк А.* Дизайн автомобиля. Концепция, конструкция, компоновка. — Москва: Попурри, 2012. — 224 с.

6. *Левитин Л.А.* Автомобили: дизайн и время. — Москва: ДМК Пресс, 2010. — 288 с.

7. *Паньшина И.Г.* История дизайна: от истоков до начала XXI века. — Москва: МГХПУ им. С.Г. Строганова, 2009. — 179 с.

8. *Cumberford R.* The Car: Design, Engineering, and Culture. — New York: Universe Publishing, 2004. — 256 p.

9. Суперкар [Электронный ресурс]. — URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0%D1%80?ysclid=mn79hp4pjz125794356 (дата обращения: 14.03.2026).

10. Эволюция автомобильного дизайна сквозь десятилетия. Где же мы свернули не туда? [Электронный ресурс]. — URL: https://dzen.ru/a/Z_DB1NCDEkb6syZm?ysclid=mn79j0tsgj652139328 (дата обращения: 17.03.2026).

11. Крах российского спорткара Маруся B1 и B2 Игоря Ермилина и Николая Фоменко [Электронный ресурс]. — URL: https://dzen.ru/a/ZtipcreBxQ3UP9xh?ysclid=mn79rkggsz335310963 (дата обращения: 14.03.2026).

12. Marussia Motors [Электронный ресурс]. — URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Marussia_Motors?ysclid=mn79sxitfj909472053 (дата обращения 14.03.26).