С.А. Смирнов

«ЧЕСТНЫЙ ДИЗАЙН» — ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

В статье рассматривается генезис актуальной тенденции современного дизайна, связанной с упрощением форм ради выявления базовых культурных ценностей, которые, в свою очередь, связаны с ясностью и логикой формообразования, придающими современным высокотехнологичным промышленным изделиям открытый и дружелюбный характер.

The author reveals the genesis of the actual tendency of contemporary industrial design demonstrating the idea of simplicity, which exposes basic cultural values. These values are reflected in pure logic of form, giving contemporary highly technological products open and friendly character.

Ключевые слова: «честный дизайн», морфологическая простота форм, промышленный дизайн, CMF (Color, Material, Finish), цветофактурные характеристики, тренды дизайна.

Keywords: «honest design», morphological simplicity of forms, industrial design, CMF (Color, Material, Finish), design-trends.

Актуальность темы

Современные возможности информационного обмена между людьми открыли новую эпоху в дизайн-проектировании.

Владение информацией о стилевых направлениях (трендах) и образно-стилистических предпочтениях потребителей является залогом успеха новых товаров, поэтому анализ тенденций и их прогнозирование для дизайн-индустрии является основополагающей



Рисунок 1.
Бытовая техника
Dyson

деятельностью. Многие аналитические источники признают, что современный человек живет в пост-трендовом мире многочисленных идей и культовых предметов [5, 6].

Вслед за культовыми предметами современности получил распространение «честный дизайн». Под «честным дизайном» мы понимаем предметы, замысел, функция или символика которых просты для восприятия, очевидны для зрителя и логичны в применении проектируемого изделия. «Честный дизайн» — результат влияния множества факторов, а именно: функции, эргономики, технологии, рынка. «Честный дизайн» опирается на современные технологии, которые позволяют сложному быть массовым. «Честный дизайн» — это сложное содержание, облаченное в простую форму.

Технологии в основе

Технологическое совершенство — базис, на который опирается «честный дизайн». Демонстрация технологичности является неотъемлемой частью содержания. Показательными в этом смысле являются бытовые приборы Dyson (рис. 1).

Внутренняя морфология, конструкция определяют внешний вид товара. Формообразование Dyson не предполагает использование элементов, функцией которых является украшение, все формы обусловлены объективными факторами. «Красота технологий» — лейтмотив, проходящий сквозь большинство продуктов современности.



Рисунок 2.
Смартфон
Samsung

Технологичность наиболее заметна на фоне лаконичной формы. Так, технологические усовершенствования приобретают еще большую значимость и становятся основой замысла целых серий продуктов (рис. 2).

В свою очередь, «честный дизайн» как комплексная концепция проектирования помогает внедрять на рынок товаров быстро развивающиеся технологии, «честный дизайн» делает технологии доступными для восприятия массовым потребителем.

Формообразование

В формообразовании «честный дизайн» проявляется как отсутствие лишних линий и объемов, не связанных напрямую с эргономикой и функционалом. На первый план в визуальной концепции вещи выходит содержание, то есть технология, функция, эргономика, идея. Форма лишь подчеркивает содержание своей простотой.

Первый Apple I-Phone — яркая визитная карточка «честного дизайна». Apple I-Phone был представлен Стивом Джобсом на конференции MacWorld Expo 9 января 2007 года. Для сравнения: модель Nokia 6800, вышедшая в 2003 году, показывает путь дизайна в решении формы (рис. 4). В течение следующих после этого нескольких лет Nokia также подчинится всеобщей тенденции упрощения.

На рис. 3 показана эволюция формообразования телефонов марки NOKIA. Для модельных рядов конца 90-х — начала 2000-х характерно разнообразие форм. В это время Nokia, как и другие производители,



Рисунок 3. Nokia и I-Phone. Переход к «честному дизайну»



Рисунок 4. Эволюция телефонов Nokia

активно использует скульптурную пластику, бионические мотивы формообразования. По мере развития технологий, внешняя оболочка становится менее насыщенной деталями, и акцент смещается на экран. Внешняя морфология смартфона становится практически одинаковой у разных брендов и производителей.

В практике Смирнов Дизайн (рис. 5) был хороший пример, иллюстрирующий переломный момент в отношении массового потребителя к форме. В 2006 году при разработке продукта под названием Jsm-камера среди прочих эскизов было несколько вариантов лаконичной формы без деталей. Заказчик отреагировал на эскизы негативно, заявив, что подобный дизайн он мог бы нарисовать сам «по офицерской линейке».



Рисунок 5. Проект Jsm-камера. Выбранный вариант дизайна. Дизайн формы, 2006
Рисунок 6. Переход к «Честному дизайну» в бытовой аудиотехнике

Этот эпизод в компании не раз вспоминали, ведь всего через два года был выпущен первый I-phone, ставший культовым продуктом современного массового потребителя. С тех пор, если заказчик ожидает увидеть в результате работы что-то, поражающее своим стилем, он просит «сделать I-phone». За этой фразой стоит желание увидеть в продукте чистоту идеи и инновацию. При этом продукт должен быть читаем и прост для восприятия. И действительно, современные I-phone настолько просты, что их практически можно нарисовать «по офицерской линейке».

Процессы изменения отношения к форме отражаются не только в смартфонах, но и в других продуктах. Отчетливо они видны, например, в массовой аудиотехнике (рис. 6).

Известный современный швейцарский дизайнер Ив Бехар в своей стратегии к разработке нового стиля NIVEA [7] особое место уделяет пониманию того, что такое чистая геометрия. Использование чистой геометрии — один из принципов «честного дизайна».

Анализируя и разрабатывая дизайн-стратегии для мировых брендов и производителей, Fuseprogect (основателем которой Ив Бехар является) активно использует чистую геометрию и в целом является одной из тех компаний, которая стала законодателем стиля для многих других дизайнеров нашего времени (рис. 7).

Ярче всего тенденция к простому, практически стерильному в смысле формообразования дизайну проявляется в бытовой электронике. Можно сказать, что дизайнеры наслаждаются ясностью формы. На фоне этой простоты легко считать архитектуру, идею продукта. Таким образом, продукты приобретают своеобразную символичность, становятся знаками определенного типа изделий (рис. 8).



Рисунок 7. Что такое чистая геометрия. Ив Бехар, стратегия NIVEA



Рисунок 8. «Честный дизайн» в бытовой электронике

Сложное в простом

Конечно, когда мы говорим «простые формы», мы не имеем ввиду «примитивные». При нюансном рассмотрении геометрии простых изделий, которые мы относим к «честному дизайну» выясняется, что скругления не следуют правильным радиусам, а представляют собой кривые, построенные при помощи сложных математических алгоритмов. Продвинутые методики математического построения поверхностей позволили при очевидной морфологической простоте, выверенных пропорциях и строгости композиционной сетки внести элемент живости формы. Четкая геометрия и плавно изогнутая поверхность стали уживаться внутри одного предмета и дополнять друг друга, создавая баланс между утилитарностью и человечностью.

Особенно часто подобный прием прослеживается в товарах, которым следует быть «дружелюбными» по отношению к человеку. Мы наблюдаем «честный дизайн» в специализированных отраслях: например, медицинских изделиях (рис. 9).

Я понятен, я дружелюбен — основной посыл, который несет в себе «честный дизайн».



Рисунок 9. Слева направо: i-uh, 2012, дизайн томографа , 2014 г., лазерный прокалыватель, 2015 г.



Рисунок 10. CMF — разнообразие современных смартфонов: Motorola xt 1092 Moto; Azus Zenfone; LG, G4

Влияние «честного дизайна распространилось и на проекты Смирнов Дизайн. Что интересно: и эти проекты включают элемент инновации в своей отрасли.

Значение Цвета, Материала и Фактуры в «честном дизайне»

Простота формы не была бы показана в столь выгодном свете, если бы не качественная обработка поверхностей — стекла, металла, стыков деталей — и тонкого владения трендами оттенков. Именно благодаря эстетике цвета, материала и фактуры простые формы становятся эстетически привлекательными. CMF (Color, Material, Finish) — устоявшееся словосочетание, обозначающее цветофактурные характеристики в промышленном дизайне, или область дизайна, отвечающая за изучение и использование цвета, материала и текстуры при проектировании [11].

«Честный дизайн» сильно повышает требования к материалам, фактурам, используемым в продукте. Во многом цвет, материал, фактура, прозрачность, тактильные качества становятся носителем тех функций, которые раньше выполняла форма. То есть визуальные ценности продукта реализуются за счет материала, цвета и фактуры изделия.

Значение CMF хорошо иллюстрирует разнообразие смартфонов. С морфологической точки зрения, смартфоны очень похожи. Цвет, материал и фактура становятся главным инструментом создания уникального образа изделия, ориентации его на определенную группу потребителя, соответствия определенному стилю, статусу или образу жизни, поэтому производители активно используют эти приемы в современных устройствах (рис. 10).

Благодаря скрупулезной проработке CMF, мы видим широкий спектр телефонов, каждый из которых обладает индивидуальностью. В то же время все они, можно сказать, выполнены «по офицерской линейке».

История возникновения «честного дизайна»

Начиная с конца 19 века и до начала 2000-х годов, история развития мирового дизайна балансировала между двумя глобальными векторами. Первый вектор — декоративный, в рамках которого существовали стили, основанные на ручном производстве, близости к природе, к определенным этническим свойствам или идейные «бунтарские» стили (Югендстиль, Стиль Миссии, Сецессион и Венские мастерские, Чешский кубизм, Ар-деко, сюрреализм, поп-арт, антидизайн, постмодернизм, постиндустриализм). Второй вектор — утилитарный, опирающийся на массовое производство, к которому относились разные ответвления модерна, интернационального стиля и т.п. (Deutche Werkbund, Баухауз, индустриальный функционализм, рационализм, минимализм).

Оба эти вектора сменяли друг друга попеременно, постепенно приобретая новые черты и смешиваясь в разных сочетаниях.

«Честный дизайн» возник на базе второго вектора с его выверенными пропорциями и сдержанной эстетикой, но впитал и черты декоративного вектора, соединив их в оптимальном соотношении.



Рисунок 11. Чарльз и Рей Имз / Plastic Side Chair (S-shell) / (интернациональный стиль и органический дизайн)

Наиболее близким к эстетике и идеологии «честного дизайна» был интернациональный стиль. Интернациональный стиль стал одним из направлений модерна и отличался меньшей утилитарностью. Он возник в США в 1930-е годы прошлого века с приездом туда дизайнеров, ранее преподававших в Баухаузе. Помимо варианта лаконичного, геометрического в своей основе, стиля 1920-х годов, воплощаемого в жизнь Гропиусом, Мис ван дер Роэ и их последователями, термин «интернациональный стиль» применялся также к эстетике модернизма, возникшей в результате слияния авангардных тенденций в искусстве тех лет и функционального подхода в дизайне. Своего расцвета интернациональный стиль достиг в 1960-х. По мере развития этого стиля, некоторые дизайнеры, в числе которых были Эро Сааринен и Чарльз Имз (рис. 11), пытались сделать его гуманистическим, в то время как другие, например Кендзо Танге, работали в исключительно брутальном духе [2].

Произведения дизайна, появление которых мы считаем важными эпизодами в истории «честного дизайна», появлялись в момент технологического прорыва на уровне того времени. Например, стул Чарльза и Рей Имз был создан в 1950 г. с использованием окрашенного в массе стекловолокна, никогда до этого не использовавшегося для производства мебели.

Практически синонимичным интернациональному стилю стал термин «хороший дизайн», который возник в Северной Европе и США сразу после второй мировой войны; объекты этого стиля разрабатывались «с учетом формальных технических и эстетических



Рисунок 12
Marcello Nizzoli,
portable typewriter
Olivetti lettera 22,
designed in 1949

принципов» модернизма [4, 8]. Примером интернационального стиля могут служить бытовые приборы, разработанные Дитером Рамсом для компании « Braun».

Для продукции Braun характерны чистота формы, выверенные пропорции, внимание к деталям и CMF. Десять принципов хорошего дизайна, в том числе и честность, были формулированы Дитером Рамсом, и среди последователей его подхода был Джонатан Айв, дизайнер Apple, продолживший традиции «честного дизайна».

Продукция Braun также была основана на инновациях того времени. Изделия Braun, разработанные в 50-е годы, отличались компактностью, благодаря новому подходу к компоновке внутренних элементов. Так, в проигрывателе SK 4 традиционный деревянный шкаф впервые был заменен на металлический корпус, а панель управления находилась рядом со звукоснимающим устройством. Было предложено использовать прозрачную пластиковую крышку и отдельно подключаемые звуковые динамики. Множество инновационных компоновочных решений было основано на технологии транзисторов, наиболее важном техническом достижении того времени.

Пишущая машинка Olivetti lettera 22, спроектированная в 1949 г. Marcello Nizzoli (рис. 12), также была прорывом в компоновочном решении, являясь наиболее компактным прибором того времени, и тоже обладала лаконичным, эргономичным дизайном, соответствующим принципам «честного дизайна».

Модернизм развивался и в других направлениях. Много общего с «честным дизайном» было у скандинавского модерна и органического





Рисунок 13. Алвар Аалто, STOOL 60, 1933, стул-муравей: Арне Якобсен для «Fritz Hansen»

дизайна. Культовый стул «Муравей», спроектированный Арне Якобсеном в 1952 году, был вырезан из цельного куска материала, использовалась новейшая для того времени технология гибкой ламинированной фанеры (рис. 13). Цельность и ясность образа удивительным образом сочетались с утилитарностью этой вещи: ведь задача была создать легкий, штабелируемый стул для массового производства. Природные материалы и образы вносили в дизайн добрую гуманистическую нотку, которой так не хватало сухой функциональности модернизма.

«Честный дизайн» — сочетание функциональности, ясности, простоты и человечности. В том смысле, что вещи делаются для человека, а значит, и эргономически, и образно должны человеку подходить. Мебель для дома должна обладать некоторой теплотой. Собственно, скандинавский дизайн эту идею и проповедует. Популярность скандинавского дизайна в наше время свидетельствует о том, что «честный дизайн» представляет мейнстрим в производстве мебели.

Композиционная простота, однако, не является самоцелью «честного дизайна»; простота будет частью воплощения вещи, если того требуют эргономика, функция и технология в максимально рациональном сочетании.

После расцвета интернационального течения в дизайне, в 50–60-е годы, на сцену вышел поп-арт. Сторонники этого стиля открыто оспаривали принципы «хорошего дизайна», отрицали модерн



Рисунок 14. Продукция B&O, слева BeoGram 1900 Record Deck, 1976–1977 гг., справа вверху: BeoGram 4004 Record Deck, 1978, справа внизу: BeoMaster 8000 Tuner/ Amplifier, 1980 г.

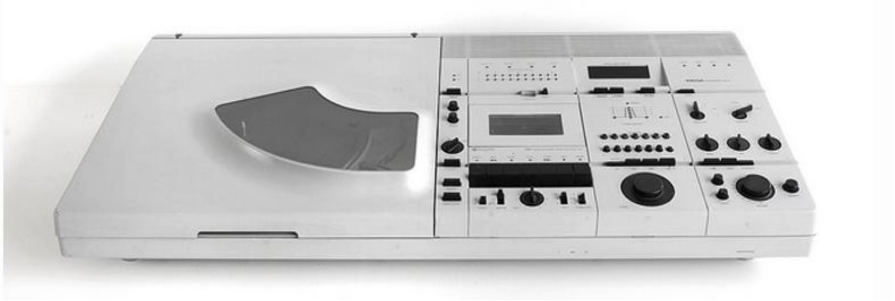


Рисунок 15. Hartmut Esslinger, Wega Concept 51 K, Radio, record player & cassette recorder, 1978 г.

и его ценности, заменяли их своими: весельем, бунтарством, разнообразием, создавали недолговечные одноразовые вещи. Поп-арт распространился, и дизайнеры занялись производством вещей, которых потребитель желал, а не тех, в которых нуждался.

В это же время, в середине 60-х, в Италии зарождаются «радикальные» дизайн-течения, также восстающие против эстетики модернизма. В первую очередь, это был культурный и политический протест против перерождения ценностей дизайна в примитивный маркетинговый инструмент, поэтому и методы использовались прямо противоположные: непрактичность, китч, ирония, использование насыщенных цветов и нарушение пропорций. Популяризировалась

идея о превращении товаров повседневного обихода в объекты с эстетической нагрузкой. А с появлением в Италии в начале 80-х годов стиля Мемфис, антидизайн с его лозунгом «декоративность ради декоративности» превратился в движение, получившее международное признание — постмодернизм [2].

Постмодернизм оказал большое влияние на промышленный дизайн, однако и традиции, заложенные Баухаузом, сохранялись; некоторые черты «честного дизайна» мы можем проследить в продукции отдельных компаний.

Например, в продукции компании B&O (Bang&Olufsen) 1980-х годов видны сдержанная эстетика, выверенные пропорции и лаконичные формы. В производстве B&O активно использовали металлические, деревянные детали (рис. 14). Это помогало сохранять эстетику простых форм, делать их приятными, но это и обуславливало высокую цену товаров.

Массовые продукты, изготавливаемые другими компаниями из пластмассы, не обладали подобной эстетикой. Когда пластмассы стали массово применяться для изготовления корпусов, дизайнеры начали использовать более сложное формообразование, чтобы отвлечь глаз от качества мелких деталей.

Однако уже в эти годы была заложена дизайн стратегия продуктов компании Apple. Она была разработана в 1980-е годы совместно с Хартмутом Эсслингером и называлась «snow white design language» (рис. 15). Традиции Bauhaus, модерна и интернационального стиля четко в ней прослеживаются.

Технологический прогресс шел вперед, и в конце 1990-х дизайнеры начали обращаться традициям рационализма. В основу эстетики рационализма были заложены новые материалы и технологии.

Например, Джаспер Моррисон (рис. 16) добился успеха своими работами в стиле рационализма, полными изобретательности с использованием новых материалов, пример чему — простой дизайн и цельнолитая конструкция его воздушного стула, созданного с помощью новаторской технологии воздушной отливки.

Сегодня производство возможно с такой точностью и таким уровнем качества, какого было трудно достигнуть до 2000-х.



Рисунок 16. Воздушный стул. Джаспер Моррисон. 1999 г.

Технический прогресс, наконец, дал возможность использовать технологии массового производства для создания простых форм без потерь качества. Развились технологии проектирования и изготовления пластмассовых деталей, а также сами материалы. Теперь материал сам по себе может нести эстетику, которую простая форма поддерживает. Кроме того, переживают бурный рост технологии, не связанные с производством корпусов. Благодаря этому, вещи приобретают абсолютно новые уникальные функциональные качества. И производители стремятся это показать. Умные вещи, как правило, обладают очень лаконичной формой. Умное стало массовым.

И те дизайнеры, которые в 1990-е создавали дизайн объекты с явным декоративным уклоном, действуют в рамках мейнстрима, а значит «честного дизайна», когда речь заходит о товарах массового потребления (рис. 17). Например, Филипп Старк разработал дизайн термостата радиатора, управляемого голосом (рис. 18).

Современный «честный дизайн» примерил два направления, понимая, что и тот и другой вектор важен. При всей своей технологичности, простоте и утилитарности, честный дизайн не теряет связи с человеком, в «честном дизайне» почти всегда присутствует изюминка, наполняющая вещи символизмом и делая их ближе для человеческой души. Это стало возможным благодаря новым материалам и совершенству производственных технологий.

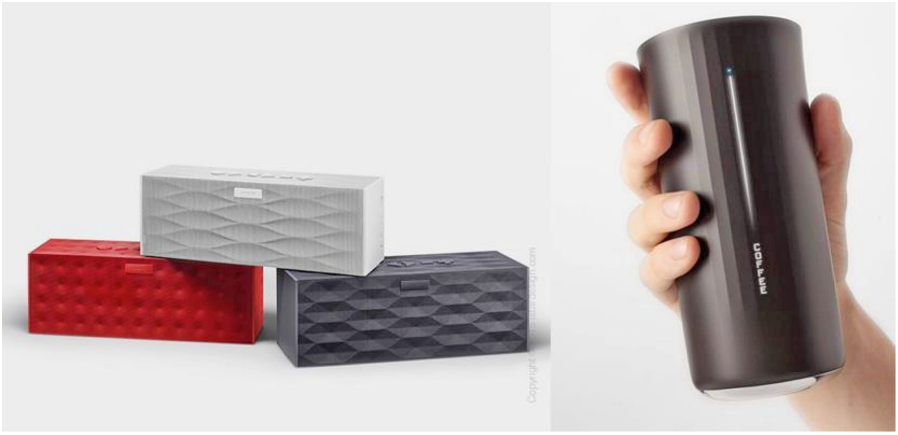


Рисунок 17. «Честный дизайн» и CMF / Jambox by Yves Behar, Vessyl by Yves Behar

Если раньше между направлениями была идейная борьба, то теперь всем управляет рынок. Оба вектора проявляются в CMF решениях, подчеркивая утилитарность или придавая индивидуальность массовым продуктам современности.

Прогнозы развития

Как показывает история, на фоне активного увлечения обществом одним из описанных ранее векторов происходит и усиление противоположного. В «честном дизайне» преобладает вектор утилитарности, хотя и компенсируется за счет современных возможностей CMF, создающих индивидуальный образ товарам, и сложных поверхностей, перекликающихся с традициями биоморфизма. Анализируя текущую ситуацию среди дизайн-тенденций, мы заметили, что предметы с чистыми, даже стерильными, формами все же преобладают. В конце концов, наступит пресыщение подобными формами и, что еще более вероятно, наступит пресыщение степенью унификации вкусов среди людей, покупаемыми товарами. В итоге возникнут течения, которые объявят своими приоритетами индивидуальность, приспособленность к определенному человеку, этническому или культурному сообществу. Все это должно произойти на



Рисунок 18. Термостат для радиатора. Филипп Старк, 2016 г.

базе совершенствующихся технологий, которые со временем позволят сделать производство товаров с высокой степенью индивидуализации массовым. С развитием аддитивных технологий эта перспектива становится все ближе.

«Ключевая характеристика производства XXI века — в том, что это массовое производство индивидуальных изделий, — считает директор по консалтингу «Консист Бизнес Групп» Вячеслав Солопов. — Поскольку цифровые технологии позволяют переналаживать оборудование “на лету”, то можно выпускать изделия с разными свойствами в рамках одной партии». «Один клиент заказал на крупном заводе в Китае нестандартное изделие (аккумулятор нестандартной емкости с нестандартными размерами корпуса), — иллюстрирует он свой тезис. — И поскольку это современное предприятие, применяющее цифровые технологии, разница в цене в сравнении с серийными продуктами составила всего 17 долларов при цене продукта порядка 300 долларов, а срок изготовления — три дня. Я не представляю, сколько бы стоило выполнение такого заказа на крупном российском предприятии и как долго оно бы длилось» [14].

«Цифровая надстройка в связке с промышленной робототехникой и аддитивными технологиями позволяет оперативно

переконфигурировать производство под новые продукты, — поясняет заместитель директора исследовательской группы «Конструирование будущего» Наталия Андреева. — Огрубляя, можно сказать, что именно цифровая фабрика нивелирует эффект масштаба и теоретически делает рентабельным производство не только малых серий, но и полностью индивидуализированных продуктов» [14].

Как только корпорации, удерживающие рынок, смогут обеспечить прибыль от такой формы создания и продажи товаров (в будущем, возможно, услуг), мы имеем шанс наблюдать подобный феномен в истории дизайн-тенденций.

Библиография:

1. *Рунге В.Ф.* История дизайна науки и техники. — М.: «Архитектура-С», 2006.

2. *Бхаскаран Лакшми*. Дизайн и Время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. — М.: Арт-родник, 2009.

3. *Папанек Виктор*. Дизайн для реального мира. 4 изд. — М.: Издатель Д.Аронов, 2012.

4. Phaidon Design Classics. — London: Phaidon Press, 2006.

5. *Ильин А.Н*. Роль моды в обществе потребления. — URL: gjn-ht,ktybzhttp://culturolog.ru/index.php?id=2059&Itemid=7&option=com_content&task=view (дата обращения: 10.03.2017).

6. Шапинская Е.Н. Классическое искусство в (пост)современном ситискейпе (о фруктовом человеке и розовом зайце). — URL: http://cult-cult.ru/klassicheskoe-iskusstvo-v-post-sovremennom-sitiskejpe/ (дата обращения: 10.03.2017).

7. Новый дизайн Nivea. — URL: http://cetre.ru/beauty/newbeauty/novyj-dizajn-nivea/ (дата обращения: 10.03.2017).

8. *Рамс Дитер*. Десять правил «Честного дизайна». — URL: http://losko.ru/design-rules-of-dieter/ (дата обращения: 10.03.2017).

9. Все продукты APPLE в одном постере. — URL: https://lifehacker.ru/2014/11/04/infografika-vse-produkty-apple-v-odnom-postere/(дата обращения: 10.03.2017).

11. *Heini Isoaho*. Color, material and finish design. — URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/108568/thesis_Isoaho-1.pdf?sequence=1 (дата обращения: 10.03.2017).

12. Студия Фрог-дизайн. Хартмут Эсслингер. — URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Hartmut_Esslinger (дата обращения: 15.11.2016).

13. Текстильный дизайн. Инновационные технологии. — URL: http://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=8012 (дата обращения: 10.03.2017).

14. *Кром Елена.* По щиколотку в «цифре». Петербургская промышленность делает первые шаги в XXI век // РБК+ Петербург. Выпуск № 1, 21 сентября 2016. — URL: http://spb.rbcplus.ru/issue/57e2f2f47a8aa9200f23f0d1 (дата обращения: 10.03.2017).