Д.И. КОЛЕСНИКОВА
*Аспирант. НГУАДИ им. А.Д. Крячкова*
*e-mail: diana.kolesnikova@bk.ru*

Н.В. БЕКК
*Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Промышленный дизайн» НГУАДИ им. А. Д. Крячкова*
*e-mail: n.bekk@nsuada.ru*

D.I. KOLESNIKOVA
*Postgraduate student of the NGUADI named after A.D. Kryachkov*
*e-mail: diana.kolesnikova@bk.ru*

N.V. BEKK
*Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Department of "Industrial Design" NGUADI named after A.D. Kryachkov*
*e-mail: n.bekk@nsuada.ru*

DOI: 10.37485/1997-4663_2024_3_2_98_110

## ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ПРЕДМЕТНОЙ СРЕДЫ. КАСТОМИЗАЦИЯ. АРТ-ДИЗАЙН

## POST-INDUSTRIAL TRENDS OF THE SUBJECT ENVIRONMENT. CUSTOMIZATION. ART-DESIGN

В статье показано, как транслируются реалии жизни, события современной культуры, искусства, науки и политики в предметном дизайне. Отмечено влияние внешних факторов на дизайн на основе анализа и сравнения объектов предметной среды разных экономических эпох. Выполнен поиск принципов взаимодействия между объектом и человеком в доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную волны. Показаны сходство и различия этих периодов в проектной деятельности. Рассмотрено эксплуатационное взаимоотношение человека с личным объектом среды. Показаны тренды проектирования объектов постиндустриальной среды.

It is shown how the realities of life, events of modern culture, art, science and politics are broadcast in the subject domain. The influence of external factors on the design is noted, based on the analysis and comparison of objects of the subject environment of different economic eras. The search for the principles of interaction between an object and a person in the pre-industrial, industrial and post-industrial waves is carried out. The similarities and differences of these periods in project activity are shown. The operational relationship of a person with a personal object of the environment is considered. The trends of designing objects of the post-industrial environment are shown.

**Ключевые слова:** предметная среда, дизайн, этапы развития общества, системы хранения, кастомизация, арт-дизайн.
**Keywords:** subject environment, design, stages of community development, storage systems, customization, art-design.

Предметность — неотъемлемая часть уклада жизни социума и отдельного индивида. Объекты промышленного дизайна на протяжении всего жизненного периода несут в себе несколько функций. Классификацию функций промышленного дизайна в своих исследованиях приводит Т.Ю. Быстрова — «Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна», 2018 г. [1, с. 62–96], перечисляя функции дизайна: гуманизирующая, организующая, социализирующая, гедонистическая, экологическая функция дизайна и другие.

В разные временные периоды приоритет в процессе проектирования отдавался различным функциям. Временные границы доиндустриальной, индустриальной и постиндустриальной эпох приведены в работе футуролога Элвина Тоффлера «Третья волна», 1999 г. [11]. Элвин Тоффлер в 1970 году разработал теорию трех волн развития общества и выделил три основных стадии (волны) развития человечества — аграрная (доиндустриальная), индустриальная, постиндустриальная. Автор считает, что доиндустриальная волна началась с эпохи собирательства и продолжалась до XVIII века, индустриальная вторая волна — до 50-х годов XX века, постиндустриальная, третья, волна плавно сменяет вторую, окончательная смена произойдет в 2025 году.

Главным признаком аграрной волны является занятость населения в сельском хозяйстве (порядка 90%). Основным производителем

была природа, а не человек, тем самым обуславливается дефицит предметной сферы. В этот период поставщиком предметной сферы были ремесленники. Они передавали свои знания из поколения в поколение, совершенствуя вещи, которые они производят. Особенность такого создания вещей заключалось в том, что создатель знал своего потребителя и создавал уникальную вещь под конкретного заказчика. В доиндустриальную эпоху каждая вещь была сакральной и несла ценность для индивида. Вещь помогала выживать человеку в социуме, а значит вещь равно друг, помощник. Одной из главных функций проектирования была рациональная функция. Но в тоже время мастера одушевляли вещи, наделяя их качествами человека. В быту у людей использовалось крайне мало вещей, поэтому каждая вещь была как бы «членом семьи», который, на равных с остальными участниками, приносит пользу семье.

Переход к индустриальному обществу связан с распространением крупного машинного производства, урбанизацией, делением на социальные группы: буржуазии и наемных работников. Стандартизация присутствовала во всех сферах жизни, мир предметов не являлся исключением. Человек стал деталью огромного механизма, а окружающие его предметы стали «слугами» для обеспечения хорошей работы данной детали. Функционализм, в немецком исполнении, идеально иллюстрирует эту систему. В современных исследованиях функционализма отмечается тот факт, что функционалисты сузили понимание функциональной структуры вещей до функций утилитарных, игнорируя коммуникативные, в соответствии с которыми любая вещь является транслятором самой разной информации, в том числе и общественно значимых ценностей [4, с. 99–100]. В индустриальную эпоху можно проследить, как менялось отношение человека к вещам. Социолог В.Б. Голофаст в своей работе «Люди и вещи», 2000 г. выделил три основных типа отношения к вещам. Эти три типа хронологически отражают эволюцию отношения человека к предметности, переход от почти сакрального понимания вещи в доиндустриальную эпоху как «дефицита», «коллективной ценности», «части личности» и «символа связи поколений» в индустриальную эпоху, где восприятие вещи как функционального элемента повседневной жизни, который легко заменить. [3, с. 58–65].

Жизненный период «вещей-спутников» человека в XX–XXI веков сократился, ценность — тоже.

Переход в постиндустриальное общество обусловлен научно-технической революцией, ставшей главной движущей силой развития

общества. Рынок в этот период делится на несколько узконаправленных сфер, уходя от единой системы, главенствующей в предыдущем обществе. Граница между потребителем и производителем в период третьей волны становится все менее заметной, ремесленное производство как атрибут первобытного уклада экономики реинкарнирует в социуме «третьей волны». Высокая конкуренция во всех видах деятельности насыщает рынки промышленной продукцией, удовлетворяет спрос потребителей всех типов и видов. Трансформация технологических укладов помогает развитию ремесленного дела: чем выше поднимается техническая многоукладность общественного производства, тем больше простора появляется для развития ремесла [9, с. 210–211].

Отношение к вещи меняется. Из-за обилия товаров, представленных на рынке, потребитель выбирает прежде всего продукт, который обладает философией, схожий с мировоззрением самого потребителя. Человек, приобретая вещь, следует своим эмоциям.

Дизайнеры, предчувствуя грядущие глобальные изменения в мировом обществе создают объедение и дизайн студии деятельность которых противоречит устоявшемуся конвейерному производству вещей. В 1980 году в Италии появляются группы дизайн-объединений «Алхимия» и «Мемфис». Используя знания социологии и маркетинга, они стремились установить связь между дизайнерским объектом и потребителем, создавая продукты ориентированные на определенные социальные группы. Дизайн объединений отличался от привычного представления пользователей о внешнем облике предметов, используя новые материалы, нестандартные формы, яркие цветовые сочетания и смыслы они сформировали новую философию, которая способствовала становлению постмодернизма [7, с. 226–234].

Немецкий дизайнер Хартмут Эсслингер, создатель студии «Фрог-дизайн», руководствовался принципом «вещь, как знак», он отмечал, что вещи — это не просто необходимые предметы повседневности, это знаки образа жизни человека, которые формируют визуальное пространство вокруг. Рынок под влиянием изменений все более отдаляется от принципа «форма следует за функцией», приходя к новой формуле формообразования: «Форма следует за эмоцией». Последняя помогает потребителю лучше понять предназначение изделия, в его форме как бы отражаются собственные настроения людей, ежедневно доставляя радость от общения с ним [6, с. 215–217].

Постоянно востребованным изделием является мебель. Выбор ориентирован на нужды, материальное положение и художественный вкус потребителя. В зависимости от исторических событий и изменений, происходящих вокруг индивида, отношение его к приобретаемой вещи меняется. Рассмотрим, как изменялись внешний вид систем хранения и их эмоциональная и функциональная составляющие в трех эпохах в России.

Рис. 1. Сундук с росписью. Вологодская губерния. Конец XIX — начало XX в. 44 х 88 х 52,5 см. Дерево, темпера, железо (из открытых источников Internet – ссылка: http://sundook.ru/chest_painting.html)

**Доиндустриальная эпоха**

Древнерусский интерьер не отличался стилистическим единством предметной среды, при этом каждый предмет имел сакральный смысл и многофункциональность одновременно. Сундук использовался не только как объект для хранения вещей, но как «трон», на котором позволено сидеть лишь хозяину дома. Конструкция сундука, как правило, имела простую квадратную форму. Размеры и тип крышки варьировались в зависимости от того, что в нем хранили. Сундуки расписывались символами и знаками, оберегающими наполнение сундука от «злых духов», позднее на сундуках изображали сюжеты, популярные во время изготовления сундука в его регионе. На рисунке 1 изображен сундук из Вологодской губернии, сундук представлен в галереи народного искусства и материальной культуры «Николай Клюев». Сундук украшен символикой мироздания и мироустройства в образе Мирового дерева, где главный символ «растительный побег» отображает три времени: прошлое, настоящее и будущее.

Различие в росписи делало предмет кастомизированным для каждого его пользователя. По сундукам в доме можно было определить не только материальный статус его обладателя, но и географическую принадлежность, проследить семейную историю.

Гардеробные в России появились довольно поздно, в конце XV века. К сундуку в качестве системы хранения добавляется шкаф, привычный нам по визуальному образу и сохранившийся до наших дней (рис. 2). Индивидуальные орнаменты в дизайне шкафов сохраняются мастерами,

привозившими технологию изготовления мебели из крупных городов в более мелкие поселения. Мастера из Вологодской и Архангельской губерний на филенках рисовали цветы, являвшиеся элементами народной росписи, которые использовали ранее для украшения сундуков.

Рис. 2. Шкаф. XIX век. Россия (из открытых источников Internet – ссылка: https://arx.novosibdom.ru/node/1762)

**Индустриальная эпоха**

Мебель в русском стиле в домах граждан в середине XIX века сменяется мебелью, выпускаемой промышленными предприятиями под влиянием государственной идеологии. После смены власти в 20-х годах происходит осуждение «буржуазного расточительства» из мебели убирается декор. В 30-х годах стилистика меняет вектор, и вновь в моде массивность, обилие декора, помпезность, через мебель транслируется величиее власти. Мебель в этот период изготовлена из дерева украшена резьбой, но только у обеспеченных слоев населения, которые могут позволить приобрести мебель под заказ. В 50–60-х происходит осуждение «сталинского ампира», и вектор развития направлен на стандартизацию и единство жилых пространств, в связи с необходимостью построения большого количества нового жилья после подписания Постановления № 1871 ЦК КПСС и СМ СССР от 4 ноября 1955 года «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве [10].

Именно период 50–60-х годов можно отметить как зарождение мебельной промышленности в России. Дизайнеры возвращаются к стилистике минимализма и наработкам 20-х годов. Появляется системный подход к производству мебели и единый дизайн, сформированный требованиями времени на компактную вместительную мебель для небольших квартир. Мебель изготавливали не только на специализированных фабриках, на вагоностроительных заводах и судоверфях также работали мебельные и столярные цеха. Они обеспечивали внутреннее убранство вагонов и кораблей, а также производили товары для обычных граждан. На рисунке 3 представлен Ждановский шкаф, получивший свое название от судоверфи им. А.А. Жданова, где было размещено одно из производств шкафов данного типа. По всей стране делали идентичные шкафы, отличие было в небольших деталях

декора, но размер оставался без изменений высота — 192 см, глубина — 61 см, ширина 135–140 см [2].

В связи с тем, что на рынке представлен ограниченный типовой ассортимент, люди начинают кастомизировать купленную мебель самостоятельно, добавляя ей индивидуальности.

Нельзя сказать, что эмоциональная взаимосвязь между мебелью и человеком отсутствовала, она была представлена в ином направлении. Если в доиндустриальном периоде человек окружает себя своим представлением о мире, то в период индустриальности мебель «говорит», как человек должен жить и какие у него представления о мире.

Рис. 3. Ждановский шкаф. XXI век. Россия (из открытых источников Internet – ссылка: https://vkm.mari-el.muzkult.ru/zdanshkaf)

**Постиндустриальная эпоха**

В постиндустриальном обществе невозможно выделить одну главенствующую функцию вещи. Постиндустриальное общество — это, прежде всего, синтез функций, представляющих вещь как самостоятельную единицу, способную встроится в жизнь конкретного индивида, поэтому на рынке мы видим разнообразие товаров, несущих в себе, в приоритете, различные главенствующие функции: объект для гармонизации пространства, вещь для имиджа, предмет для созидания и другие.

Россия перешла в постиндустриальную эпоху значительно позднее других европейских стран. В мебельной индустрии прослеживается тенденция развития маленьких фирм, с небольшим производством, где каждый желающий может купить мебель, изготовленную специально под его потребности. Вариации идут не только в размере и в цвете изделия, но и в его внутреннем наполнении, фактуре материала. В интернет-магазинах под каждой единицей товара существует собственный конструктор, где человек выбирает нужные характеристики (рис. 3).

Рис. 4. Шкаф Case CS212. Филдс. Пример конструктора индивидуального дизайна шкафа (из открытых источников Internet – ссылка: https://thefields.ru/shkafy/shkaf-cs212-cs021210214110/)

На сегодняшний день потребитель совершает покупки, руководствуясь своими эмоциями, поэтому кастомизация и эмоциональность при создании дизайна актуальны.

В связи с потребностью общества в эмоциональном дизайне, направление проектирования «арт-дизайн» набирает особую популярность. Дизайнеры и художники ищут новые формы для своих объектов в смешении стилей, в использовании нестандартных материалов, в создании нестандартных образов, во внедрении в свои работы этнических мотивов. Особенность таких произведений заключаются в выражении авторской идейно-художественной концепции, которую предстоит разгадать зрителю. Объекты данного направления несут в себе не только утилитарную функцию, но и эстетическую, наравне с произведениями современного искусства, чем и привлекают покупателя.

Арт-дизайн противодействует процессам унификации и стандартизации в сфере бытовых вещей массового производства [5]. Можно выделить четыре наиболее популярных направления арт-дизайна, представленных на отечественными дизайнерами на российском рынке на сегодняшний день:

***1. Использование вторичного сырья для создания новых образов***

В данном направлении дизайнеры освещают проблемы экологической устойчивости. Объекты, выполненные с использованием переработанных материалов, не только способствуют устойчивому развитию и сокращению отходов, но и создают область для развития инновацион-

ных и изобретательных дизайнерских решений.

Студия im-ocean за основу своего творчества взяла эксперимент с различными материалами и формами. Их главный девиз «Дизайн-это искусство, средство самовыражения и диалога с миром». Их творчество имеет большую популярность на российском рынке: светильники бренда используют в интерьерах, дизайнеры регулярно участвуют в выставках и проводят мастер-классы по созданию предметов интерьера из переработанных материалов на телевизионных шоу (рис. 4).

Рис. 5. Студия im-ocean. Biosphera Mix 1. Светильники из переработанной бумаги (из открытых источников Internet – ссылка: https://www.im-ocean.com/product_L0301.html)

***2. Коллаборация художника и дизайнера***

Многие компании, занимающиеся разработкой и производством предметной среды, приглашают художников для внесения эмоциональной окраски и художественных смыслов в выпускаемую продукцию. Объекты, созданные в коллаборации дизайнера и художника, имеют большую ценность для потребителя, так как совместно с утилитарным предметом покупатель приобретает искусство.

Студия дизайна Qullar design из Казани создает не только функциональную, минималистичную мебель, но и занимается разработкой предметов арт-дизайна. В коллаборации с художником Alesha art был создан рабочий стол, который, как отмечают авторы, показывает течение энергии, от бурного всплеска до спокойствия и умиротворения (рис. 5).

***3. Переосмысление образа быта***

В данном направлении художники и дизайнеры создают привычные для человеческого быта объекты, закладывая в них художествен-

Рис. 6. Художник Alesha art и студия дизайна Qullar design (из открытых источников Internet – ссылка: https://qullar.ru/portfolio/table-arhes/)

ные смыслы через образы и материалы. Обычно в данных работах присутствуют принцип контраста, совмещение противоположных стилистик или использование нетипичных материалов. В тоже время объект, разработанный в данном направлении, не теряет своей функциональности и утилитарности.

Скамья «Хитрый пони крадется за сеном» является ярким представителем данного направления, она была создана московскими дизайнерами студии Odingeniy (рис. 6). Главной целью студии является создание утилитарных скульптур, меняющих язык пространства. Дизайнеры помогают покупателям при помощи утилитарного искусства самовыражаться через окружающее пространство. В 2021 и 2022 году студия стала победителем премии BEST FOR LIFE.

Рис. 7. Скамья «Хитрый пони крадется за сеном». Студия Odingeniy (из открытых источников Internet – ссылка: https://www.odingeniy.ru/product/tumba-banketka-hitryy-poni-kradetsya-za-senom)

***4. Народное ремесло в современном звучании***

Сохранение наследия является одной из волнующих тем для художников и дизайнеров. Предметная среда создается с использованием технологий ремесленного дела, но в современной интерпретации. Использование этнических символов вносит познавательную функцию, знакомя зрителей с культурой страны или региона через предметную среду.

Рис. 8. Комплект «Uzory». Студия ZAHODI (из открытых источников Internet – ссылка: https://zahodihome.ru/kollektsii/sistema-dlya-prikhozhey-uzoru/)

Московские дизайнеры бренда ZAHODI — «хранители» и популяризаторы культурного кода России. Мебель бренда наполнена игрой смыслов при минимуме формы. Руководствуясь принципом «матрешки», дизайнеры наполняют мебель скрытыми функциями, которые раскрываются в процессе использования.

Коллекция бренда «Uzory» вдохновлена русскими народными орнаментами, при этом мебель выглядит современно, ярко и эмоционально (рис. 7).

Популярность данных направлений обусловлена эмоциональной составляющей объектов проектирования, рынок серийных продуктов в постиндустриальных странах уходит в прошлое.

Тенденции развития проектирования предметных форм, описанные в работе А.С. Михайловой — Индустриальный дизайн как вид проектно-художественной деятельности в условиях развитого промышленного производства XX века (1920–1980-е гг.), год — 2009 г., также подтверждают актуальность проектирования эмоционального дизайна. К тенденциям постиндустриального предметного пространства относят:

— стремление к индивидуализации внешнего вида, отказ от массового тиража в пользу ограниченных серий; расширение модельного ряда продукции; привлечение рестайлинга и тюнинга, использование принципов мобильности и вариативности;

— миниатюризацию вещей, которая проявляется в компактности, ультрамобильности, многофункциональности формы; зарождение так называемого «бестелесного дизайна», где форма объекта является все менее зависимой от его основной функции;

— развитие дизайна виртуальной среды и проектирование объектов внутри глобальной информационной сети; [8, с. 26].

Новой тенденцией современного этапа в дизайне является смешение виртуальной среды и предметного мира объединённых в единую дизайн-систему. Постиндустриальное общество — это информационное общество, поэтому виртуальная среда взаимодействует в большей или меньшей степени с каждым предметом реального мира, от представления товара на маркетплейсе до создания объектов, управляемых персональными смартфонами. Смешение этих сред расширяет возможности индивидуализации продукта, кастомизируя его под пользователя.

**Заключение**

На основе анализа доиндустриальной, индустриальнойой и постиндустриальной волн можно сделать вывод о том, что проектирование предметного мира в доиндустриальную и индустриальную эпоху трансформировалось и смешалось в постиндустриальной эпохе. Из доиндустриального общества к нам вернулась тенденция к кастомизации

и условно «ремесленному производству», возобновив ценности вещей в глазах потребителя, утерянные в период индустриального общества. В связи с переходом от товаров «по необходимости» к рынку «эмоциональных покупок», в промышленном дизайне все чаще используются опыт и методы арт-дизайна. Его особенностью является то, что усилия дизайнера направлены, в первую очередь, на организацию художественных впечатлений, получаемых от образа воспринимаемого объекта.

Человек, пройдя период систематизации всех сред жизни, осознал важность присутствия эмоций в предметной среде. Ориентация на потребителя, а не на количество производимой продукции позволила предметной среде развиваться в направлении «предмет — это отражение моих жизненных взглядов», тем самым решая задачу социализации индивида в обществе.

**Список литературы:**

**1.** *Быстрова Т.Ю.* Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна / Т.Ю. Быстрова; под редакцией В.А. Колясникова. — Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2018. — 374 с. — ISBN 978-5-9909375-0-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/74999.html (дата обращения: 23.10.2022).

**2.** Волжский краеведческий музей: сайт / История Ждановского шкафа. - г. Волжск - URL: https://vkm.mariel.muzkult.ru/zdanshkaf (дата обращения: 25.08.2024). – Текст: электронный.

**3.** *Голофаст В.Б.* Люди и вещи / В.Б. Голофаст // Социологический журнал. — 2000. — № 5. — С 58–65.

**4.** *Ковешникова Н.А.* Дизайн: история и теория. Учебное пособие. 4-е издание, стереотипное / Н.А. Ковешникова — Москва: Омега-Л, 2008. — С. 99-100 .

**5.** *Козлов М.А.* Понятие арт-дизайна и арт-объекта в мире современного дизайна, его истоки и развитие / М.А. Козлов // Форум. — 2015. — № 2 (5). — С. 82–86.

**6.** *Лаврентьев А.Н.* Эксперимент в дизайне. Учебное пособие. / В.Е. Барышева, А.В. Ефимов, В.Ф. Колейчук, А.Н. Лаврентьев, С.В. Потапов, И.В. Рачеева, С.О. Хан-Магомедов— Москва: Издательский дом «Университетская книга», 2010. — С. 215-217.

**7.** *Михайлов С.М.* История дизайна. Том 2: Учебник для вузов. — Москва: Союз Дизайнеров России, 2004. — С. 226–234.

**8.** *Михайлова А.С.* Индустриальный дизайн как вид проектно-художественной деятельности в условиях развитого промышленного производства XX

века (1920–1980-е гг.): автореферат диссертации кандидата искусствоведения: 17.00.06 — техническая эстетика и дизайн. ВНИИТЭ: [Текст] / А.С. Михайлова. — Москва, 2009. — 26 с.

**9.** *Попов Г.Х.* Будет ли у России второе тысячелетие. — Москва: Экономика, 1998. — С. 210-211.

**10.** Постановления Центрального Комитета КПСС и Совета Министров СССР «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве». 4 ноября 1955 г. / Электронная библиотека исторических документов. – Москва: 1955 – . URL: https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/257933-iz-postanovleniya-tsentralnogo-komiteta-kpss-i-soveta-ministrov-sssr-ob-ustranenii-izlishestv-v-proektirovanii-i-stroitelstve-4-noyabrya-1955-g (дата обращения: 20.07.2018). – Текст: электронный.

**11.** *Тоффлер Э*. Третья волна / Э. Тоффлер. — Москва: АСТ, 1999. — 784 с.