

ДИЗАЙН В ПРОИЗВОДСТВЕ ТОВАРОВ

А. Л. Колесникович, 2 курс

Научный руководитель – И. А. Кузнецова, м. э. н.

Полесский государственный университет

Улучшение качества непродовольственных товаров, как правило, немислимо без дизайна. Дизайн (англ. design - замысел, проект) - творческая деятельность, целью которой является формирование гармоничной предметной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека. Эта цель достигается с помощью формальных свойств предметов, создаваемых средствами промышленного производства. К этим свойствам относятся внешний вид предметов и главным образом структурные связи, которые придают предметной среде необходимое функциональное и композиционное единство, способствующее повышению эффективности производства и качества продукции.

Формирование дизайна как новой области деятельности, в которой соединяются техника, наука и искусство, породило техническую эстетику как теоретическую дисциплину и вызвало необходимость установления ее связей с общей эстетикой. Таким образом, термин «техническая эстетика», возникший в 1950-х гг., определяет теоретические аспекты дизайна.

Существует три основных вида разработки вещей и предметов как целостных объектов.

Инженерный дизайн характеризуется тем, что гармоничный результат и эстетическая выразительность технической конструкции достигаются чисто расчетно-математическими методами (например, конструкции железнодорожного моста).

Художественное конструирование - эстетически и художественно осмысленное содержание и форма «штучного» изделия массового производства. Это творческий метод проектирования изделий промышленного производства, который должен обеспечить высокое качество продукции. Особенностью метода является единство утилитарных и эстетических принципов. Под утилитарным принципом подразумеваются полезность, функциональность, удобство пользования, конструктивность, технологичность и экономичность, а под эстетическим принципом - красота, изящество, выразительность и образность. Эти понятия взаимосвязаны, причем утилитарное в большинстве случаев остается определяющим и доминирующим, однако оно должно быть эстетичным и красивым.

Стайлинг (англ. styling - стилизация) - придание внешнему облику предмета заданной эстетической формы.

Дизайн-проектирование вещей и систем осуществляется также в трех видах.

Нон-дизайн, т.е. не дизайн, - внеэстетические отношения между людьми, при которых применение традиционных методов проектирования невозможно. В этом случае программирование выполняется на вербальной основе, методами сценирования и воплощают в правилах и нормах поведения и т.п.

Арт-дизайн (дизайн-искусство) - художественные впечатления, получаемые от воспринимаемого объекта нехудожественного произведения, «проектирование эмоций», сходное с эмоциями от изобразительного искусства, однако в данном случае от обычной вещи, утилитарные функции которой завуалированы или сняты.

Системный дизайн - целостное эстетическое и художественное осмысление содержания и формы объекта с формированием его художественного образа или программы деятельности, которая одновременно и взаимосвязанно разрабатывает все структурные элементы и управляющие моменты.

Качество продукта формируется как функциональными признаками данного товара, разработка которых является прерогативой конструкторов и технологов, так и внешним дизайном, в разработке которого обязательное участие должен принимать маркетолог. Важнейшие средства, используемые при разработке продукта и воплощающие внешность продукта: форма, цвет и материал продукта.

Форма продукта связана как с основными, так и добавочными качествами. Из добавочных качеств важнейшим является эстетичность продукта. Физиологическая теория утверждает, что удобный для глаза и охватываемый малым количеством движений образ является наиболее эстетичным. Формы должны состоять из простых, согласованных, по возможности симметричных линий и элементов.

На восприятие формы влияет индивидуальность и вкус воспринимающего, традиции (знакомые формы воспринимаются лучше), а также окружение (в окружении, соответствующем их функциям, продукты производят лучшее эстетическое действие). Сильное влияние оказывает также мода.

Цвет – это простейшее и дешевое средство для вариации продукта. Палитра цветов и оттенков необозрима. В мире насчитывается около 2800 названий цветов, а всего насчитывают более 7,5 млн. различных цветов и оттенков. Выбор цвета определяется материалом и рядом других факторов.

Цвета оказывают психическое действие, успокаивают или возбуждают. Они выражают печаль или радость, делают продукт легким или тяжелым в восприятии, влияют на образ расстояния до предмета.

Цвета могут играть роль социального символа. Например, черный цвет – официальный цвет представителей властей и религиозных деятелей (черные автомобили, костюмы, сутаны и пр.). Белый цвет – цвет молодоженов и артистов и т.д.

Иногда существует правовое ограничение по поводу цвета продукта (например, сигнальные цвета или окраска милицейского автомобиля). Определенные комбинации цветов защищены от конкурентов патентами.

При выборе цвета нужно учитывать и требования корпоративной культуры, так как многие фирмы придерживаются определенной комбинации цветов.

Материал продукта также сильно влияет на восприятие продукта. Некоторые материалы вызывают симпатию, другие, наоборот, отталкивают.

Разработка внешнего вида продукта должно являться постоянной задачей службы маркетинга [1].

В основе современного развития дизайна лежат прежде всего духовные запросы человека и стремление к ясности. Сейчас, в условиях главенствующей роли техники в нашей жизни, как никогда раньше важно иметь вещи, с которыми можно найти «общий язык», вещи, спроектированные таким образом, чтобы было ясно, для чего они предназначены и как ими пользоваться. Такими всегда и были дизайнерские задачи, но сегодня они приобрели особое значение. Размеры механизмов внутри приборов настолько уменьшились, что перестали определять форму вещей. Изделия, изготовленные с использованием микроэлектроники, могут иметь любой внешний вид, какой заблагорассудится дизайнеру.

Современная задача заключается в выпуске товаров «дружелюбного» вида. Это сравнительно новая концепция дизайна. Она появилась в компьютерной индустрии, ранние изделия которой отпугивали покупателей. Дизайнеры и программисты приложили немало усилий к тому, чтобы сделать компьютеры более привлекательными[2].

Список использованных источников

1. Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/1999/3/16.html>. - Дата доступа: 05.03.2013
2. Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/>. – Дата доступа: 05.03.2013