

Дизайн в послевоенной Германии

Преодолевающая функционализм

КОНТЕКСТ

- После окончания второй Мировой войны в Германии происходит постепенное возрождение традиций Баухауза. Как и в момент его создания, появление школ подобной художественно-промышленной ориентации инициировалось социально-исторической востребованностью специалистов подобного профиля. Германия тяжело переживала последствия войны: разруху, голод, упадок в экономическо-промышленной сфере. Стало необходимым в короткий срок восстановить производство легкой промышленности, наладить выпуск товаров массового потребления, столь важных для мирной жизни.

Томас Мальдонадо

- Создатель Ульмской школы дизайна.
- Большое внимание уделял соединению в дизайне научно-технического прогресса и эстетики.
- Считал, что предмет потребления не может выполнять функции художественного произведения, а судьбы искусства не могут совпадать с судьбами промышленных изделий.
- Мальдонадо ввел и развил принцип системного подхода в дизайне, исследовав связь дизайна и науки. Он разработал теорию уровней сложности проектируемых изделий - от чашки до вертолетов и ЭВМ.
- В практической работе дизайнера Мальдонадо считал необходимым широко использовать различные математические дисциплины, такие как теория соединений (в области агрегатирования станков из унифицированных узлов и координации модульных размеров), групповая теория (теория симметрии и управляющих сеток), теория кривых (математическая разработка переходов и преобразований), геометрия многогранников (конструирование правильных и неправильных форм), топология (метрическое и аметрическое построение объектов) и другие. Ему принадлежит вклад в развитие теории "структурной комплексности».





Ульмская школа

- Школа была открыта специально для подготовки дизайнеров. С одной стороны она явилась продолжателем идей Баухауза, с другой - образцом по которому строились другие центры дизайнерского образования в мире.
- Ульмская школа собрала под своей крышей многих сторонников и единомышленников. Она состояла из четырех факультетов:
 - 1) факультета художественного конструирования;
 - 2) факультета строительства;
 - 3) факультета визуальных коммуникаций;
 - 4) факультета информации.

Ульмская школа

- Пропедевтический, или Основной курс Ульмской школы, был шире пропедевтического курса Баухауза и охватывал четыре области:
 - 1) введение в основы визуального восприятия (восприятие формы, цвета, композиции, пространства и т. д.);
 - 2) изобразительные средства (рисунок, чертеж, шрифт, фотография и т. д.);
 - 3) производственную практику (ремесленные навыки в работе с металлом, гипсом, камнем, пластмассой и т. д.);
 - 4) культурную интеграцию (лекции и семинары по искусству, философии, современной истории, антропологии, психологии, социологии, экономике).

Ульмская школа

- «История Ульмской школы закончилась кризисом ее структуры преподавания. Но не потому, что она была неверна, а потому, что прошло ее историческое время. Многие, кто преподавал или учился в Ульмской школе ее самого позднего периода, активно вошли в практику дизайна на всех континентах. Большинство ведущих ее мастеров продолжали свою педагогическую деятельность во многих дизайнерских школах Германии, Италии и других стран, а ее теория дизайна не потеряла своей актуальности до наших дней. Особенно тогда, когда стало происходить массовое размывание границ дизайна, когда дизайном стало можно называть оформительские, декоративно-прикладные, ремесленные, тюнинговые работы любого качества, а арт-дизайн фактически сомкнулся с современным концептуальным искусством» - В.Р.Аронов

Дитер Рамс

1. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ИННОВАЦИОННЫЙ

Возможности для инноваций не исчерпаны. Стремительное развитие технологий даёт новые возможности для инновационного дизайна. Он всегда развивается в тандеме с технологиями и не может быть самоцелью.

2. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — УДОБЕН В ИСПОЛЬЗОВАНИИ

Продукт покупают для того, чтобы им пользоваться. Но он не должен быть лишь функциональным. Важно, чтобы продукт также обладал психологическим и эстетическим критерием.

3. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ЭСТЕТИЧЕН

Эстетика — неотъемлемая часть продукта. Продукт используется каждый день, влияет на людей, их личность и благосостояние. Только хорошо выполненные продукты могут быть красивыми.

4. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН ДЕЛАЕТ ПРОДУКТ ПОНЯТНЫМ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Дизайн разъясняет структуру продукта. В свою очередь продукт должен был простым и интуитивно понятным в использовании.

5. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — НЕ НАВЯЗЧИВ

Продукт — это инструмент. Важно помнить, что он не является декоративным объектом или объектом искусства. Поэтому его дизайн должен быть нейтральным и сдержанным.

Дитер Рамс

6. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ЧЕСТЕН

Ничто не сделает продукт более инновационным, сильным и ценным, если он им не является. Не манипулируйте потребителями и не используйте обещания, которые не можете сдержать.

7. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — АКТУАЛЕН

Не гонитесь за трендами — модный дизайн быстро устаревает. Особенно в современном обществе, где модные тенденции меняются слишком часто.

8. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ПРОДУМАН ДО КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

Ничто не должно быть случайным или оставленным на волю случая. Забота, точность и аккуратность в проектировании дизайна показывает уважение к потребителю.

9. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ЭКОЛОГИЧЕН

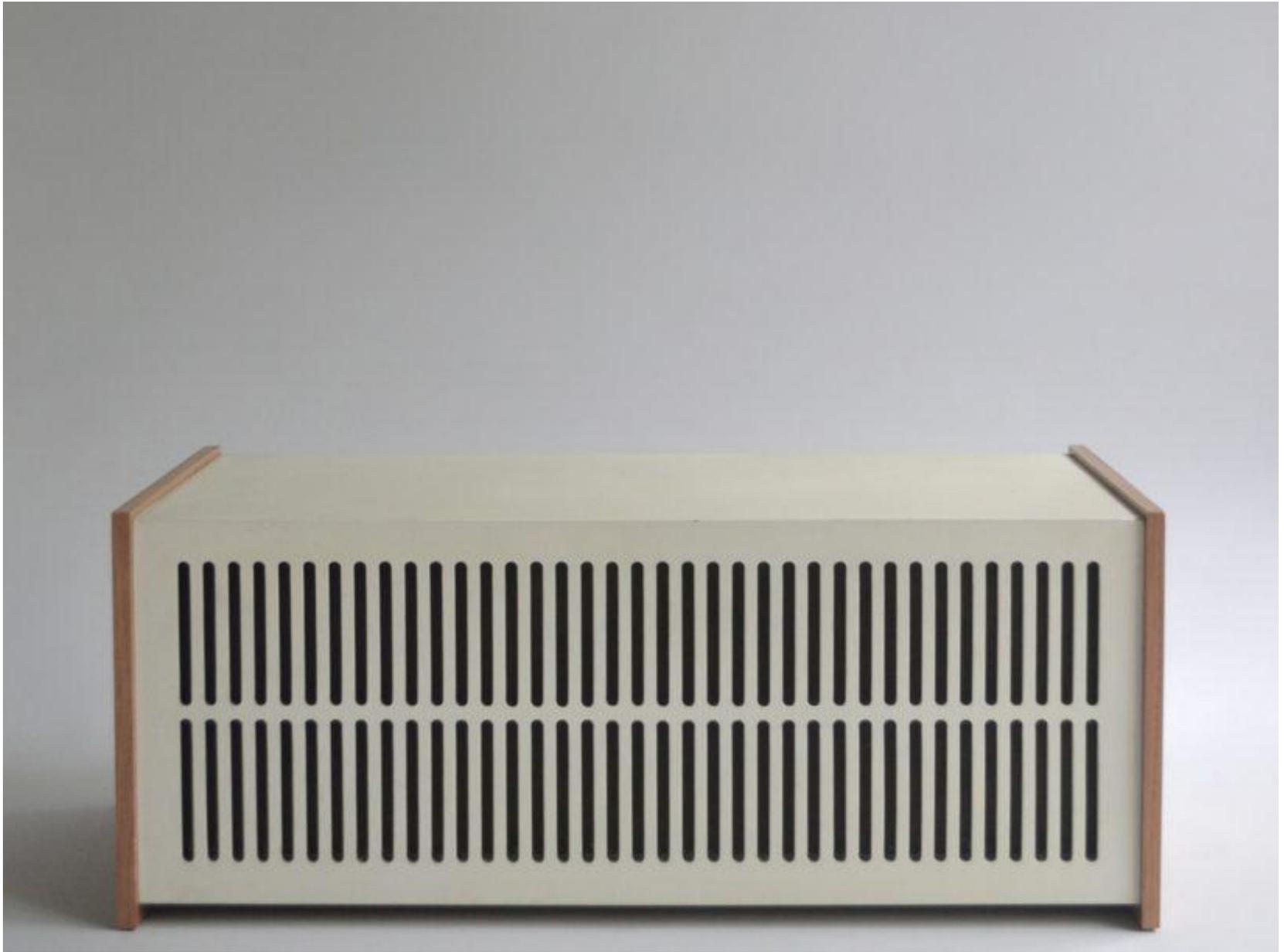
Дизайн приносит важный вклад в защиту окружающей среды. Он должен способствовать сохранению природных ресурсов и сводить к минимуму физическое и визуальное загрязнение на протяжении всего жизненного цикла продукта.

10. ХОРОШИЙ ДИЗАЙН — ЭТО КАК МОЖНО МЕНЬШЕ ДИЗАЙНА

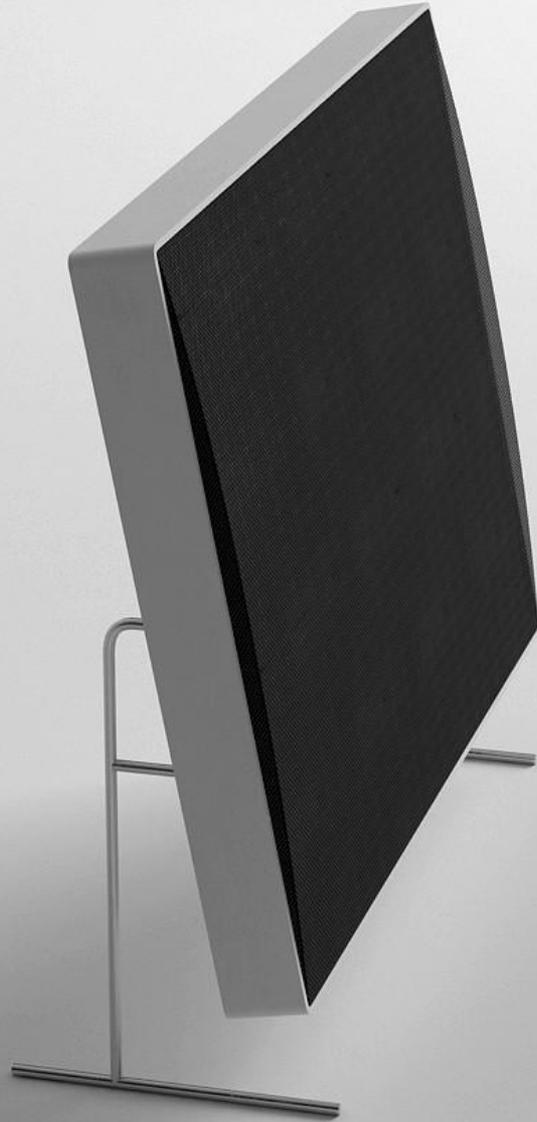
Меньше, но лучше. Концентрируйтесь на главных аспектах и задачах продукта и не «отягощайте» его множеством дополнительных мелких функций.



















Инго Маурер

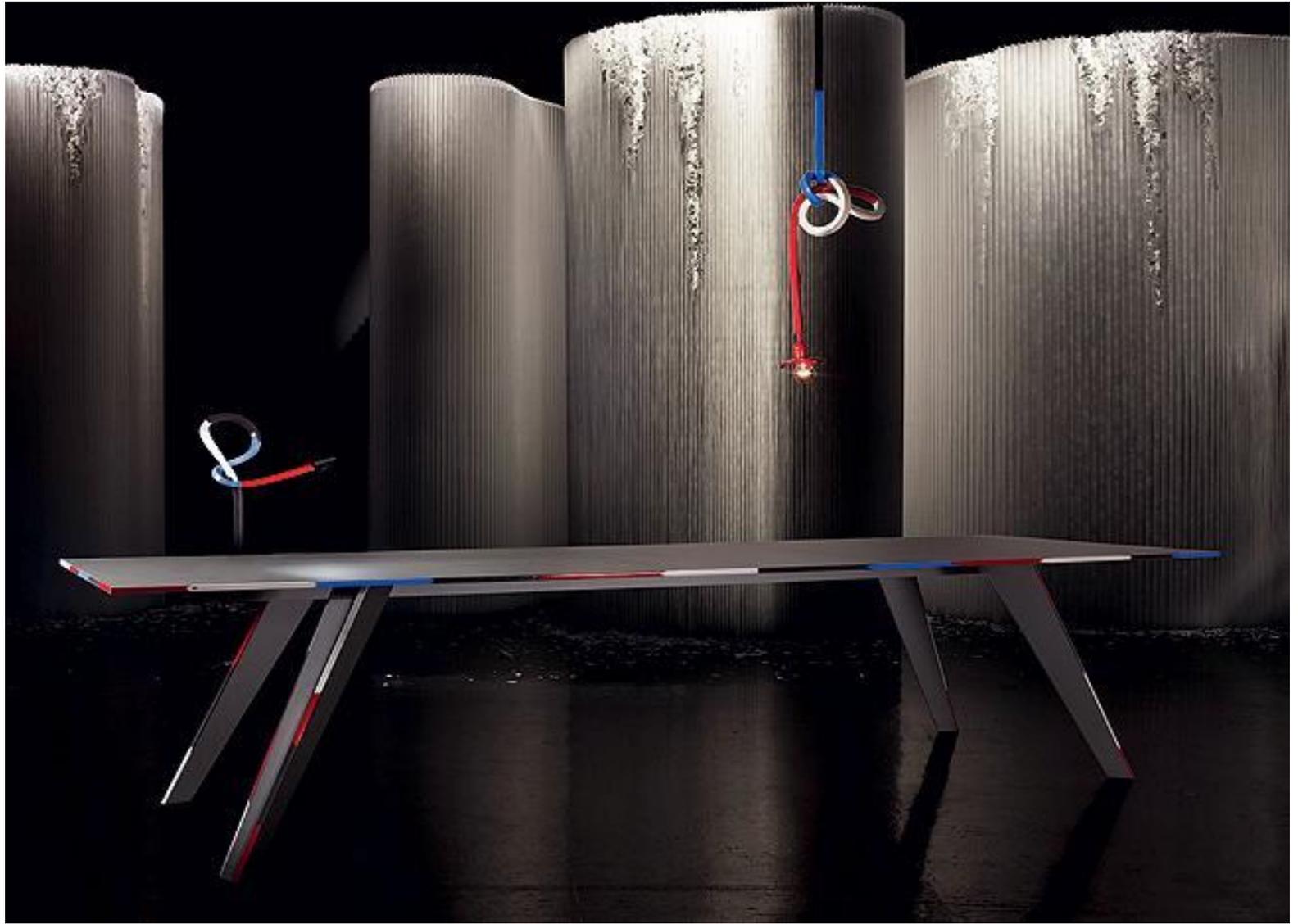
- Родился в 1932 году на острове Райхенау в Германии в семье рыбака. Первое образование получил в области полиграфии и, проработав некоторое время в типографии, переключился на графический дизайн. В 1966 году, вдохновленный культурой поп-арта, Инго Маурер переехал в Нью-Йорк и создал бюро Design M.
- Впоследствии множество светильников Инго Маурера приобрели статус культовых. Кажется, что он может изготовить лампу буквально из любого подручного материала. «Единственное условие при выборе — легкость. Материал не должен быть тяжелым», — уточняет дизайнер.



















Луиджи Колани

- Один из самых «итальянских» немецких дизайнеров.
- Наибольшую известность дизайнер получил в области автоиндустрии: 40 концепт-каров—в среднем по два за год, странные грузовики, серийные авто. В числе последних, например, базовые модели для Alfa Romeo, Lancia, BMW и ставший легендарным редизайн Fiat 1100 (модификация 103), получивший главный приз Женевского автосалона в 1954 году. С этого, собственно, и началась слава дизайнера, за пару десятилетий сделавшая его главным визионером автомобильного мира 20 века. Хорошо известны его работы для команды Формулы-1 Eitelland.
- Дизайнер ввел в оборот термин «кит-кар». Действительно, его автомобили напоминают жителей морских глубин: китов, дельфинов, хищных рыб. Тот же «Корветт» очень похож на... сома. В портфолио Колани есть вертолеты-«касатки» и грузовики-«белуги. Его автомобили бьют рекорды скорости при минимальном сжигании топлива.





















Петер Шрайер

- С 1975 года по 1979 год учился промышленному дизайну в Мюнхенском университете прикладных наук. Уже студентом работал в дизайнерском бюро компании Audi в Ингольштадте. В 1980 году закончил Королевский колледж искусств в Лондоне, где позднее, в 2007 году, удостоился степени почётного доктора.
- С 1979 года по 2001 работал в концерне Volkswagen, главным образом, на компанию Audi.
- С 2006 года — главный дизайнер в компании Kia Motors. Один из трёх президентов компании Kia с декабря 2012 года. ^[1] С января 2013 года — директор дизайн-центра всей Hyundai Motor Group (Hyundai-KIA).
- В ноябре 2013 года удостоен престижной награды «Почётного золотого руля» (Honorary Golden Steering Wheel) за выдающиеся достижения в автомобильной промышленности.



Одной из первых ярких работ молодого художника стал созданный в 1991 году совместно с Эрвион Химмелем концепт Audi quattro spyder.



Работал он и над серийными автомобилями. В частности, немец принимал самое активное участие в создании четвертого поколения Volkswagen Golf.



Когда Volkswagen задумал возродить легендарного «Жука», рисовать его доверили именно Шрайеру. Для концерна это был важный имиджевый проект, и Питер справился с ним великолепно, сумев придать классическим формам Beetle современный и привлекательный стиль. New Beetle, вне всяких сомнений, стоит в карьере Шрайера наравне с Audi TT.



Ближе к концу сотрудничества с немецким автогигантом, в 2003 году, из-под пера Шрайера вышел Volkswagen Concept R, который выглядел так, словно автомобиль вот-вот уйдет в серийное производство. Такие планы действительно были. Под капотом родстера должен был быть установлен 3,2-литровый V6 от Audi TT, но планы так и остались планами. Хотя какие-то решение позже были использованы в серийном варианте кабриолета VW Eos.



Hyundai Tucson



В 2007 году на автосалоне во Франкфурте Шрайер представил концепт Kia Kee, на котором дебютировала знаменитая решетка радиатора, получившая название Tiger Nose или, как ее еще называют, «Пасть тигра». Она быстро стала визитной карточкой Kia. Отныне автомобили корейской марки можно было узнать моментально. У них появился свой стиль, своя философия дизайна. И это фактически спасло флагманский седан Optima (он же Magentis), который в первых двух поколениях был далек от европейских стандартов, а потому и претендовать на успех в Старом Свете не мог.