

На правах рукописи

МОНИНА Татьяна Александровна

МОДУЛЬНАЯ СИСТЕМА КАК КОНЦЕПТУАЛЬНО-ОБРАЗНАЯ
ОСНОВА ЭКСПОДИЗАЙНА

Специальность 17.00.06

Техническая эстетика и дизайн

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени

кандидата искусствоведения

Москва

2019

Работа выполнена на кафедре «Промышленный дизайн» ФГБОУ ВПО «Московская Государственная Художественно-Промышленная Академия им. С.Г. Строганова».

**Научный
руководитель:**

Доктор искусствоведения, профессор, член Национальной Академии Дизайна, проректор по научной и международной деятельности МГХПА им. С.Г.Строганова Александр Николаевич Лаврентьев

**Официальные
оппоненты:**

Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Дизайн костюма» РГУ им. А.Н.Косыгина (Технология. Дизайн. Искусство)

Макарова Татьяна Львовна

кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой графического дизайна АНО ВО «Институт современного искусства»

Васерчук Юлия Анатольевна

**Ведущая
организация:**

ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»

Защита состоится 20 сентября 2019 года в 12:00 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.152.01 на базе ФГБОУ ВПО «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова» по адресу: 125080, Москва, Волоколамское шоссе, д. 9.

С диссертацией можно ознакомиться на сайте <http://www.mghpu.ru> и в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова».

Просим принять участие в защите диссертации и направить отзыв в двух экземплярах по указанному адресу.

Автореферат разослан _____ 2019 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,
кандидат философских наук

Н.Н. Ганцева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Современный эксподизайн превратился в одну из масштабных и стремительно развивающихся областей дизайна, включающей в себя отдельные направления и специализации. Сфера музейных экспозиций, художественных выставок и периодических арт-проектов затрагивает вопросы формирования средствами дизайна достоверной экспозиционной, информационной и дидактической среды. В свою очередь, торгово-промышленные выставки включают дизайн в систему экономики, производства, рекламы, психологии принятия решений. В этой области свои традиции и дизайнерские инструменты экспонирования промышленных объектов на международных, всероссийских и отраслевых выставках. Отдельную область современной экспосреды представляют профессиональные выставки дизайна, на которых показываются либо исторические материалы, либо достижения современной рекламно-выставочной индустрии.

Регулярно проходящие с 1990-х годов такие выставки, как «Дизайн и реклама», «Реклама», «АрхМосква», «Shop Design», «Международный фестиваль архитектуры и дизайна интерьера» и т.д., проводились на выставочных площадках ЦДХ, ВВЦ, «Крокус-Экспо», «Гостиный Двор», «МВЦ На Красной Пресне» и др. Помимо чисто деловой программы, формирования рейтинга рекламных агентств и выставочных студий, они включают и обмен опытом, и проведение мастер-классов. Подобные выступления знакомят слушателей с личным творческим проектным или организационным опытом дизайнеров, менеджеров, арт-директоров компаний. Как правило, участники продвигают новые технологии и материалы, используемые во всем мире для создания экспозиционных конструкций, печати информационных материалов, цифрового и мультимедийного сопровождения. И хотя за эти годы накоплен

значительный эмпирический материал, вопросы теории и истории экспозиционного дизайна здесь практически не затрагиваются.

Можно сказать, что в настоящее время изучение выставочной деятельности в сфере дизайна и промышленности еще только разворачивается и нуждается в углублении теоретических, методических и системных исследований.

Рассмотрение торгово-промышленной выставки как коммуникативной среды с многоуровневой структурой, включающей в себя общие пространственно-планировочные решения и экспозиционные модули, визуальную информацию и сценарии организации, — стало насущной научно-исследовательской проблемой в сфере теории дизайна. Необходимо проанализировать не только результаты, но и специфику творческого процесса проектирования экспозиций. Системный взгляд на специфику образной коммуникации в этой сфере, разработку концепций и активизацию креативного мышления, классификацию и систематизацию элементов выставочного пространства и их взаимодействие, — все это должно способствовать выработке критериев поиска оптимальных образных и функциональных решений, определению перспективных проектно-художественных тенденций.

Степень разработанности темы

Литературу, посвященную актуальной выставочной деятельности, историческим обзорам и проектно-художественному анализу торгово-промышленных выставок, можно разделить на несколько групп.

Во-первых, это исторические обзоры, описания современников и журналистов, посвященные документации выставок. К числу подобных источников относятся описания Всемирных промышленных выставок XIX-XX веков, каталоги, представляющие в совокупности источниковедческую базу исследования. Современный взгляд на проблемы эксподизайна, обобщение опыта представляют такие издания, как статьи в журналах «[кАк)», «Штаб-квартира», «DESIGN ILLUSTRATED», «Формат», каталоги

самих выставок, обзоры в газетах «Коммерсантъ», интернет-порталах Lookatme и др.

Среди современных информационных материалов, ориентированных на заказчиков выставочных стендов, посетителей, дизайнеров, преобладают специализированные интернет-сайты, посвященные выставкам, рекламные обзоры, такие, как: «ЭКСПОЦЕНТР Международные выставки и конгрессы», «Ваш досуг», публикуемые не только в Интернете, но на телевидении, радио и прессе. В современном информационном пространстве можно найти информацию как о производителях выставочного оборудования, так и своеобразные рейтинги оригинальных выставочных стендов. Важный момент представления подобных материалов: акцент на отражении в форме и образе той или иной инсталляции специфики бренда. Однако критерии оценки степени оригинальности зачастую достаточно размыты и связаны чаще всего с личными творческими пристрастиями членов жюри конкурсов или членов дизайн-студий. В подобных обзорах крайне редко указываются имена авторов проектных решений, сфера дизайна зачастую все еще остается анонимной, что затрудняет анализ тенденций и не способствует притоку новых творческих сил в эту сферу.

Вторую группу представляют издания, посвященные профессиональным проблемам выставочного дизайна, подготовленные искусствоведами, архитекторами, художниками, экспозиционерами, описывающими свой творческий опыт, а также издания, обобщающие опыт дизайнерских школ. К их числу можно отнести книги: Кликс Р. «Художественное проектирование экспозиций» (Москва, 1978), Рождественский К. «Ансамбль и экспозиция» (Москва, 1970), Рязанцев И. «Искусство советского выставочного ансамбля» (Москва, 1976), а также известные в России издания: Ян Лоренц, Ли Сколник, Крейг Бергер «Дизайн выставок» (Москва, 2008), Крэйг М. Бергер «Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации» (РИП-холдинг, 2005). Проблемы

выставочного дизайна затронуты также в книгах Н. Левченко «Агитационно-массовое искусство. Оформление празднеств. 1917 – 1932» и «Выставочные ансамбли СССР 1920-1930гг» (Москва, 2006), в работах Т. Володина, В. Толстой, И. Бибилова.

Необходимо отметить и книгу В.В.Литвинова «Практика современной экспозиции», посвященную практике экспозиционного дизайна второй половины второй половины XX века (первое издание, 1989) и дополненную опытом начала XXI века (второе издание, 2005 г.)¹. Автор подробно рассмотрел варианты конструктивно-технологических решений выставочного оборудования, типы планировок, принципы освещения. Иллюстративный ряд книги, включающий помимо фотографий конструктивные схемы и чертежи, дает представление об авторской типологии структур, в которой выделяются модульные, каркасные и бескаркасные системы. В этой книге были подробно разобраны принципы планировок стендов на основе модульных сеток. Во втором издании дана подробная информация о современных производителях экспозиционного оборудования. Проблемы тематизации, образного и концептуального поиска, разработки сценария использования выставочного модуля затронуты здесь в меньшей степени.

Не так много публикаций монографического характера, раскрывающих деятельность отдельных мастеров экспозиционного дизайна, таких, например, как Е. Розенблюм, Ю. Шалаев, Г. Синев, И. Пейда. Портреты-очерки о ведущих отечественных мастерах эксподизайна второй половины XX и начала XXI века, подготовленные М.Т. Майстровской, помещены в двухтомном издании «Мастера Строгановской школы. 1945-2015» (Москва, 2015). Свой опыт работы в музейно-художественной сфере обобщила в отдельном издании творческая студия «АРТ-дизайн». Яркой публикацией

¹ Литвинов В.В. Практика современной экспозиции. – М.: Плакат, 1989 -192 с. и Литвинов В.В. Практика современной экспозиции. Монография. М.: Рудизайн, 2005 – 352 с.

стала и монография (автор-составитель М.Т. Майстровская), посвященная дизайнеру выставок С. Черменскому.

Третья группа – историко-теоретические труды, посвященные как проблемам истории, теории и методологии дизайна в целом, так и экспозиционному дизайну в частности. При анализе исторической эволюции дизайна выставок автором были использованы модели, подходы и принципы периодизации, разработанные в трудах Н.В. Воронова, С.О. Хан-Магомедова, Е.В. Жердева, А.Н. Лаврентьева, В.Ф. Рунге. Теоретические исследования проблем проектной культуры дизайна, места и роли дизайна в социуме, специфики проектного и творческого мышления, сконцентрированные в трудах В.Р. Аронова, В.Ф. Сидоренко, О.И. Генисаретского, В.И. Тасалова, К.М. Кантора, Т. Мальдонадо позволили сформировать представление о месте и роли современного экспозиционного дизайна в культуре, осмыслить его структуру и связи в системе различных видов деятельности, определить методику и этапы проектирования в данной сфере дизайна.

Проблемы формообразования в дизайне, рассмотренные в работах В.Ф. Колейчука (комбинаторные методы формообразования), А.А. Грашина (типологические проблемы), Е.В. Жердева (метафора в дизайне) позволили обосновать выработанные положения о концептуальных, образно-композиционных, коммуникативных, структурных и конструктивных основах проектирования экспозиционного оборудования.

Среди научных трудов, посвященных непосредственно проблемам экспозиционного дизайна, можно выделить фундаментальные исследования М.Т. Майстровской «Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века» Сборник научных трудов, (Москва, 1997), посвященные генезису музея как комплексного объекта культуры, «Проблемы дизайна. Рудольф Кликс и экспозиционный дизайн», (Москва, 2009), «Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля», (Москва, 2015) «Оформление выставок» Бродского Б.И. (Ленинград, 1960).

Литература, относящаяся к первой группе, представляет собой документально-историческую базу для атрибуции и определения авторства проектных решений, понимания контекста и условий, дает фактологический материал.

Публикации, относящиеся ко второй и третьей группе, раскрывают эволюцию проектной культуры в сфере дизайна, ее ценность в авторском видении проблем. Однако, упоминавшееся издания охватывают опыт XX века. Кроме того, обзор показывает, что материалы этого типа затрагивают, в основном, художественные выставки, относятся к иной типологической группе эксподизайна, что подчеркивает необходимость обращения к анализу генезиса и концептуально-методических проблем эксподизайна торгово-промышленных выставок последних десятилетий.

Научные труды фундаментального характера позволяют встраивать экспозиционную деятельность в более широкий контекст дизайна, определяют веер подходов к исследованию эксподизайна в контексте проектной культуры, актуального художественного процесса, технологий, социума, дают инструменты для композиционно-стилистического анализа в разрабатываемой нами области исследований.

В представленной работе выставка трактуется как место для обозрения объектов, выставленных в витрине или на открытом пространстве, совокупность продуктов производства, произведений изобразительного искусства или других предметов (экспонатов), представленных по определенной концепции устроителей.

Предлагаемая к рассмотрению и анализу настоящая работа посвящена более узкой теме — экспозиционному модулю.

Экспозиционный модуль можно рассматривать в современном понимании и по существу, как композиционный блок. С точки зрения общей идеи выставки является её образной единицей, а с точки зрения планировки — выставочным стендом. Понимание совокупности этих ипостасей закладывают фундамент для дизайнерского решения общей

концепции выставки. Выставка является целостной коммуникативной системой, собранной из множества самостоятельных звеньев. Возникновение единого выставочного организма происходит благодаря синтезу автономных модулей.

Процесс формирования выставочного пространства включает в себя целый ряд масштабных задач, которые призваны осуществить взаимодействие в сфере демонстрационных, рекламных и рыночных отношений.

Развитие широкого спектра выставок в настоящее время привело к трансформации рекламной деятельности в специфический социальный институт, который обеспечивает общественную потребность в просветительских и рекламных услугах.

В конце XX и начале XXI столетия характерной особенностью выставочного дизайна становится создание отдельных торговых и рекламно-демонстрационных мест в уже готовых, специально для этого возведенных выставочных павильонах. Теперь разнообразные периодические выставки проходят на одних и тех же выставочных площадках и потребность в регулярном архитектурном выставочном строительстве практически отпала. В современную сферу эксподизайна входит как проектирование отдельных выставочных стендов, так и создание самостоятельных тематических выставок и музеев на предоставленных готовых площадях. Сегодня актуально формирование частной экспозиции, как элемента общей выставки — его звена, выставочного стенда, находящегося чаще всего в закрытом пространстве.

В контексте особенностей проектирования выставки, ее концептуального, функционального и образного решения идет поиск определения экспозиционного модуля как самостоятельной единицы выставочной среды.

Единство архитектурных, объемно-пространственных и художественных решений, постановка функциональных и эстетических

вопросов, объединенных единым замыслом обусловили новые проектные сверхзадачи. Поиск профессиональных решений, смелые авторские эксперименты определили путь эволюции выставочного дизайна и стали частью экспозиционной культуры.

Цель и задачи исследования

Цель исследования: определение места и роли экспозиционного модуля в системе эксподизайна образной и композиционной организации экспозиционной среды, особенностей и методов проектирования выставочной среды с учетом ее пространственно-смысловой и композиционной иерархии.

Задачи:

- анализ этапов эволюции экспозиционной среды с точки зрения формирования ее структуры;
- исследование экспозиционного модуля как центрального элемента экспозиционной среды и его композиционно-образной структуры;
- исследование особенностей методики концептуального проектирования в контексте экспозиционного дизайна;
- анализ роли и методов сценарного моделирования в эксподизайне;
- выявление роли интерактивности в функционировании экспозиции как целостного коммуникативного пространства;
- анализ коммуникативных инструментов в процессе проектирования и моделирования экспозиционной среды.

Объектом исследования является экспозиционный модуль как пространственно-планировочная, коммуникативная и конструктивная единица выставочной среды. Объект рассматривается в соответствии с общетеоретическими и методическими задачами, на основе систематизации практического опыта разработки и реализации дизайна экспозиционных пространств и модулей.

Предмет исследования: место и роль экспозиционного модуля как концептуально-образной основы выставочного проекта, определяющей идентичность экспозиционной среды в целом, становление принципов средового выставочного дизайна на основе разработки модульных, локальных единиц.

Границы исследования обусловлены предметом исследования – торгово-промышленные, рекламно-информационные, специализированные выставки последних десятилетий, опыт отечественного дизайна.

Методы исследования

В работе используются методы искусствоведческого анализа (формально-стилистический и иконографический), структурно-композиционный, конструктивный и функциональный анализ произведений экспозиционного дизайна, образно-семантический анализ концепций экспозиционной среды и сценариев движения посетителей и интерактивного потенциала выставок, экспозиционных модулей и отдельных элементов оборудования.

Метод системно-структурного анализа применяется при построении классификаций и типологии экспозиционных решений, определении элементов экспозиционной среды, средств и приемов художественной выразительности, применяемых при создании экспозиционных модулей.

Научная новизна

Проблемы формирования экспозиционной среды торгово-промышленных выставок как иерархической структуры ранее не затрагивались в отечественном искусствоведении. Выявлена специфика и структурные элементы торгово-промышленных выставок, раскрыта роль и значение экспозиционного модуля как концептуальной проектной единицы формирования образа экспозиционной среды. Обозначены особенности восприятия базовых элементов экспозиции: масштаб, пространство, цвет, свет, графика, сюжетно-тематическое наполнение в контексте формирования экспозиции на основе комплекса экспозиционных модулей. В контексте

проектирования экспозиционного модуля раскрыта роль сценарного проектирования и моделирования в осуществлении различных типов выставочной коммуникации.

Положения, выдвигаемые на защиту:

1. Анализ исторического развития торгово-промышленных выставок выявил иерархическую структуру элементов, определяющих особенности их художественно-образных проектных решений.

2. В структуре экспозиционной среды центральное место занимает экспозиционный модуль, представляющий собой единицу построения экспозиции как комплексного коммуникативного высказывания.

3. Образной, функциональной и коммуникативной единицей выставки является экспозиционный модуль.

4. Разработка экспозиционного модуля опирается на принципы дизайна комплексного пространственно-коммуникативного объекта, в создании которого, помимо традиционных композиционных средств, используются методы концептуального сценарного моделирования, а также учитываются требования психологии восприятия и принципы интерактивности.

5. Использование стратегии создания универсальных экспозиционных модулей позволяет формировать полноценное экспозиционное пространство в любой пространственно-средовой ситуации как в городской среде, так и в закрытых помещениях.

Практическая значимость и апробация работы

Материал данной диссертации может стать основой лекционных и практических занятий по проектированию выставочных стендов и экспозиционного оборудования. Предлагаемая методика может быть полезна практикующим дизайнерам при разработке стендов и служить путеводителем для начинающих специалистов в области выставочного дизайна.

Апробация работы проводилась в ходе реального проектирования и разработке экспозиционных модулей и экспозиционных комплексов для

дизайн-центра «Look-Up», дизайн-студий: «Локо-мотив», «ДомоФильм», «Кванта».

На занятиях со студентами МГХПА им. Строганова на кафедре «Промышленный дизайн» и дипломного проектирования бакалавриата и магистратуры.

Часть материалов диссертации доложены и обсуждены на научных конференциях.

ОБЩЕЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе **«Торгово-промышленные выставки. Экспозиционная структура и иерархия элементов»** рассматривается эволюция функций, пространственно-композиционных решений и иерархия элементов выставочной среды.

В первом параграфе **«Выставка как комплексный пространственно-коммуникативный объект: элементы и блоки экспозиции»** рассматриваются исторические предпосылки формирования отдельных функциональных и коммуникативных блоков эксподизайна.

Уже в начале XIX века с зарождением жанра торгово-промышленных выставок в России и Европе определились их основные функции: коммерческая, информационная, развлекательная. В этом выставки унаследовали опыт организации и проведения ярмарок.

Анализирую примеры экспозиционных решений, необходимо отметить, что ярмарки создали определенный формат торговых контактов и положили начало формированию архитектурной среды, подчиненной специфическим условиям обмена. Все более активную роль в структуре экспозиции начинает играть выставочный стенд (экспозиционный модуль) как тематическая, образная и конструктивная единица выставочного пространства.

Второй параграф **«Эволюция экспозиционных модулей в дизайне выставочной среды»** посвящен более детальному анализу проектно-художественных концепций создания экспозиционных стендов и их функций.

По-новому переосмыслив наследие конструктивистов, выпускники Строгановки, выставочные дизайнеры 1960-х – 1970-х годов активно использовали модульную, сетчатую структуру, простые геометрические, а также бионические формы.

Экспозиция продуктов промышленности и искусства на выставках имеют своей задачей представить общую картину состояния промышленности, производства сельскохозяйственной продукции и искусства стран-участниц, а также посредством публичного соревнования производителей и массового привлечения потребителей содействовать развитию прогресса. Выставки призваны служить не только развитию международных контактов, промышленности и художественного творчества, но и престижу стран-участников и страны-устроителя.

Опираясь на исторический опыт, эксподизайн становится сложной многоуровневой системой, представляя собой синтез разнообразных задач.

Современная выставочная индустрия базируется на комплексности проектного предложения. Проектное предложение формируется исходя из актуального запроса потребителя, трансформируется в дизайн-идею, разрабатывается и внедряется в производство, дает возможность получать полноценный продукт с точки зрения эстетики, функции и экономической целесообразности.

В современной практике выставочного строительства общее пространство состоит из множества экспозиционных модулей. Каждый из них включает в себя целый ряд рекламных, информационных, конструктивных и других функций. Рассмотрим роль и специфику экспозиционного модуля (или выставочного стенда) в области эксподизайна.

Выставочный стенд — ограниченное пространство, часть общей кратковременной выставки, осуществляющей задачи:

- информировать посетителей о деятельности экспонента;
- создать демонстрационные и переговорные зоны и места для проведения переговоров;

— рекламировать продукцию и предлагаемые услуги участников выставки;

— организовать территорию/пространство для оформления продаж и подписания договоров;

— обозначить место проведения конференций, презентаций, форумов, промоакций;

— использовать в рамках тематики экспозиции презентационную, полиграфическую и сувенирную продукцию;

Для привлечения внимания к своему стенду нынешний предприниматель обладает целым арсеналом маркетинговых ходов, начиная от вербальных рекламных сообщений и заканчивая красочными шоу и BTL-акциями. Задача дизайнера в данном контексте — создать цельную выставочную композицию, обладающую значимым смыслом, тем самым сформировав одно из звеньев общей конструкции выставки.

Выставка является многоуровневой системой коммуникации. Она формируется, складывается из целого ряда элементов, блоков экспозиции, создавая комплексный пространственно-коммуникативный объект.

Планомерное ведение выставочной деятельности, системное взаимодействие субъектов рынка с участниками различных секторов экономики, наличие предприятий, производящих выставочные системы, оборудование и оказывающих рекламные услуги, позволяет констатировать, что выставочная деятельность приобрела также черты индустрии.

Если проследить эволюцию торгово-выставочных построек, то можно отметить, что в средние века в условиях ярмарочной торговли они представляют собой самостоятельные торговые точки, расположенные на открытых городских площадях. В XIX и XX столетиях выставочное строительство приобретает совершенно другие масштабы. Встают глобальные задачи архитектурного строительства целых павильонов, грандиозных объемно-пространственных установок, включающих

монументальные скульптуры, создающих целые композиционные ансамбли. Такое строительство можно отнести к архитектурным задачам.

Многочисленные примеры наглядно демонстрируют формирование нового подхода в выставочном строительстве, что ознаменовалось созданием автономного, законченного с точки зрения образного высказывания, самостоятельного конструктивного выставочного объекта, в то же время органично интегрированного в общий контекст выставки. Это способствовало образованию относительно автономной структуры выставочного стенда, который впоследствии утвердился как экспозиционный модуль.

Дизайнеру начала XXI века нужно охватить еще больше областей выставочной жизни. Современные выставки еще больше наводнены информационной и имиджевой продукцией, непреложным атрибутом стали мобильные приложения, утилиты дополненной реальности, сайты производителей товаров и услуг, фирменные стили... Книги, календари и плакаты отходят на второй план.

Такие масштабные выставочные мероприятия происходят при организации большого количества участников, которые в свою очередь создают персональные тематические выставочные блоки. Они представляют свои бренды, продукцию, услуги, организуя собственные выставочные стенды. Эти выставочные стенды могут быть застроены стандартно или созданы эксклюзивно. И в том и в другом случае они становятся неким пазлом, частью выставочного комплекса, модульной коммуникативной единицей, экспозиционным модулем в контексте общей выставочной среды.

В заключительном параграфе первой главы «Экспозиционные модули (стенды) в структуре тематических, функциональных и пространственных блоков. Принципы классификации и характер взаимодействия локальных объектов» дается определение понятия «экспозиционный модуль» и формулируются принципы его типологии.

Экспозиционный модуль — это объемно-пространственный композиционный блок, который определяет главный смысловой месседж экспонента, его сущность, его визуальный образ. Такой блок представляется цельной единообразной композицией и не зависит напрямую от размера площади. Экспозиционным модулем может быть минимально сформированное пространство стандартной застройки, где основными инструментами визуальной коммуникации становятся информационно-графические элементы. Это может быть масштабное выставочное пространство эксклюзивного стенда, где инструменты воздействия на зрителя не ограничиваются рекламной графикой, а используется широкий спектр объемно-пространственных, художественных, функциональных, технологических и других приемов.

Попробуем дать краткое определение понятию «выставочный стенд» и рассмотрим его как экспозиционный модуль с точки зрения поставленных задач и свойств. Выставочный стенд, или демонстрационная экспозиция — это специально организованное, оборудованное пространство, выставочная конструкция для демонстрации образцов, музейных экспонатов в рамках выставочного, тематического проекта, находящихся на выставочной площадке, торговом комплексе. Стенд может быть стандартной или индивидуальной застройки. Он может носить информационный и/или имиджевый характер.

Рассматривая стенд как минимальную ячейку выставки, ее модуль, стоит обратить внимание на систему выстраивания экспозиции из этих выставочных элементов. В стандартной застройке, например, площади стендов участников обычно кратны минимальному размеру и имеют ярко выраженную структуру. Согласно арендному плану организаторы сами формируют общее пространство, разделенное стенами, на модули необходимой площади. По характеру взаимодействия друг с другом стенды могут быть смежными либо отдельными, в одном ряду или в разных рядах, тематически общими или тематически разными, стилистически общими или

стилистически разными. Чтобы из отдельно взятых стендов сложилась цельная выставочная картина, нужен продуманный план, который разрабатывается организаторами и организаторами выставочного мероприятия.

Находясь в общей структуре выставочной композиции, являясь частью целого выставочного ансамбля, стенд становится самостоятельным, законченным с точки зрения образного, композиционного и функционального значения, оставаясь при этом одним из выставочных блоков, локальным экспозиционным объектом из которых формируется сложная многогранная картина выставки.

Во второй главе **«Проектные стратегии и креативное мышление в системе эксподизайна»** экспозиционный модуль рассматривается с точки зрения проектных процедур и креативных технологий, используемых в дизайне.

В первом параграфе **«Элементы экспозиционного модуля»** подчеркивается необходимость рассмотрения взаимодействия двух понятий: функции и эстетики, которые определяют векторы формирования функциональных и эстетических свойства проекта должны быть взаимосвязаны и зависимы друг от друга, оказывать в равной степени сильное взаимопроникающее влияние. С одной стороны, удачное образное решение способствует улучшению эргономических и конструктивных свойств, экономии материала и т.д. С другой - изменение компоновки внутренней технической схемы приводит к рождению яркого образа и визуальной лаконичности.

Знание функций и свойств используемых материалов в сочетании с пониманием эстетики выставочного проектирования является необходимым для дизайнера выставок и экспозиционных модулей. Он, несомненно, должен обладать аналитическим складом ума, умением если не изобрести (что тоже возможно), то собрать по схеме технической конструктив с возможностью изменения как компоновки элементов, так и функционала. Уметь оптимально определять первичные и вторичные элементы конструктивной схемы

проектируемых объектов. В рассматриваемом аспекте совершенно неверно отдавать предпочтение либо функции, либо эстетике.

Однако, в эксподизайне необходимо учитывать и еще один фундаментальный блок: **проблемы восприятия и средства художественной выразительности в дизайне**. Этим вопросам посвящен второй параграф второй главы.

В иерархии выставки стенд, как низший модуль этой иерархии, идеально проектируется исходя из логики целого.

Также в разных рамках «подмножества точек» находятся восприятия зрителя и дизайнера. Задача дизайнера – всегда являться визуальным рассказчиком для зрителя, точка его зрения – проекция долгой линии исследования и визуализации.

Знание свойств и понимание особенностей когнитивных процессов открывают неограниченные возможности для формирования окружающего предметного мира, создание новых дизайн-проектов.

В проектировании важно достичь консенсуса между потребителем, зрителем и дизайнером – создателем продукта. Если первый воспринимает объект дизайна на интуитивном, чувственном уровне, второй формирует его, руководствуясь эстетическими категориями восприятия и его функциональными свойствами.

Речь идет о креативных технологиях и системном мышлении в применении к эксподизайну.

Проектный опыт создания экспозиций позволят на примере данной области дизайна обозначить в третьем параграфе особенности использования **креативных технологий и концептуального мышления в эксподизайне**.

Выставочный проект – это попытка «меньшинства» привлечь внимание «большинства». Именно посредством эвристического (креативного) мышления дизайнера возможно создать повышенный интерес потенциального потребителя к продвигаемому выставочному продукту. Реализация поставленной задачи осуществляется художественными методами, позволяющими создать

оригинальное, порой альтернативное, неожиданное представление о продвигаемом продукте.

Без понимания глубинных процессов человеческого мышления и восприятия им окружающей среды обитания конкурировать на современном рынке предоставления товаров и услуг, состязаться в борьбе за первенство без мировоззренческих гипотез и дизайн-мышления невозможно. Только затронув «душевные струны» потребителя, возможно достичь приоритета в продвижении товара, отвечающего современному научному, техническому и технологическому прогрессу, а также обладающего всеми качествами, свойствами, атрибутикой и характеристиками продукта.

В параграфе рассматриваются следующие методы активизации творческого мышления, включающие процессы анализа и синтеза: метод контрольных вопросов, метод проб и ошибок, мозговой штурм, теория решения изобретательских задач, латеральное мышление, синектика, метод фокальных объектов, «метод Уолта Диснея», «фрирайтинг», «фрэйминг», «генеративное исследование» (моделирование, прототипирование, коллажирование), «метод SCAMPER», «метод 635» и т. д.

В исследовании не ставилась задача охватить все существующие методы. Были выбраны те методики, которые, по мнению автора, применимы при разработке объектов дизайна. Что характерно, выставочный дизайн является компиляцией художественных находок с конструктивными решениями и бизнес-моделями.

Эстетические отношения «дизайнер (как представитель производителя) – потребитель» — суть краеугольный камень взаимоотношений двух субъектов, двустороннее встречное движение производителя и потребителя.

Итогом разработки экспозиции в целом и отдельных экспозиционных модулей становится процесс коммуникации. С этой точки зрения **эксподизайн** можно рассматривать **как инструмент коммуникации, а коммуникацию как цель и результат выставочной деятельности** (параграф четвертый).

Выставочная деятельность направлена на достижение основной задачи, а именно создания системы коммуникации. Аспектами этого процесса являются: налаживание деловых, визуальных, информационных, эмоциональных взаимосвязей и взаимоотношений.

Безусловным приоритетом дизайна любого экспозиционного модуля является его интерактивность – привлечение активного участия зрителя, потребителя в демонстрировании имиджа компании, проекта дизайнера, иногда в главной роли.

Передача значимого сообщения, определяющей информации, сильной эмоции – вот цель общения и, в частности, одного из его видов – визуальной коммуникации.

В третьей главе **«Экспозиционный модуль в современной практике выставочного дизайна: средства и методы»** в форме описания и анализа конкретных проектных стратегий суммируется опыт исторической эволюции и опыт разработки экспозиционных модулей последних лет.

Реализация практически любого дизайн-проекта требует выполнения определенного ряда последовательных задач, как это фиксирует первый параграф: **«Опыт построения методики проектирования»**.

Выставочный проект как объект промышленного дизайна – это область художественно-технической деятельности, целью которой является определение формальных качеств и внешних черт промышленных возможностей, их структурных и функциональных особенностей и внешнего вида.

Состоявшийся дизайн характеризуется оптимизацией результатов множества объективных ограничений, способностью оперировать эксклюзивными, эстетическими и конструктивными категориями решения вопросов, представлять идею наиболее эмоционально эффективными средствами. Дизайн-концепция определяет тесную связь между проектом и производством, рождает превосходный инструмент для продвижения инноваций и ставит знак равенства между понятиями «знать» и «уметь».

Взаимопроникающие отношения между дизайном и производством, знание существующих методик, технологий, материалов и т. д. предоставляют коллективам возможность экспериментировать, выбирать экономически оправданные средства и способы создания дизайн-продуктов.

Создавая дизайн-концепт, очень важно точно определить его предназначение, цели и задачи. Неискушенный зритель может осознанно не понять смысл увиденного, но это не значит, что он избежит нужного, психологически точно рассчитанного, на него воздействия, которое определенным образом на него повлияет и сподвигнет сделать нужный выбор.

Значение кинетических приемов, используемых в экспозиционном дизайне, трудно переоценить. Кинетическое искусство и методы кинетизма, сформировавшиеся к середине прошлого века благодаря достижениям художников советского авангарда в области художественного проектирования, заняли свое почетное место. Сегодня их работы по-прежнему актуальны и вдохновляют живо мыслящих дизайнеров на творческие опыты.

Поиск, осмысление и грамотное использование теоретических изысканий в области творческого созидания и стремление к коммерческой реализации можно проверить и применить исключительно на практике.

Второй параграф более подробно рассматривает **Модульные конструкции и системы в формировании нестандартных ситуаций и пространственно-планировочных решений. Типология экспозиционных систем.**

На примере проектов, выполненных в 1990-2010-х годах выставочного дизайна студий Локо-мотив и Look-Up можно выделить ряд принципиальных стратегий разработки экспозиционных модулей, включенных в различные образно-тематические контексты выставок, отражающих идентичность различных брендов.

К числу этих стратегий относится:

- моделирование конструкций из непривычного материала, концептуально связанного с тематикой экспозиции (картон – материал макетирования и моделирования в дизайне, используется для презентации дизайн-студии, принцип «ожившего макета»; пластиковые стаканчики и т.д.);
- включение кинетических и мультимедийных установок в структуру экспозиционного модуля;
- интерактивные экспозиционные блоки для городской среды, учитывающие масштаб пространства и игровой характер взаимоотношений с посетителями;
- повышение игрового потенциала экспозиционного модуля за счет и режиссерской проработки сценария движения посетителей;
- использование когнитивных механизмов (психологии, визуального восприятия) для формирования атмосферы дружелюбности, визуального парадокса, необычности среды для привлечения посетителей и клиентов.

Вопросы выработки оригинальных с точки зрения идентификации и экспозиционного сценария рассматриваются в отдельном параграфе:

«Экспозиционный модуль и проблемы идентификации. Уникальность конструктивного образа и экспозиционный сценарий».

Для создания полноценного, то есть востребованного, технологичного, экономичного, актуального и эстетически приемлемого проекта нужно осуществить полный цикл исследовательского, проектного и производственного процесса.

Одним из главных привлекающих особенностей дизайн-концепта стендов становится интерактивность. Выставочная площадка – это поле для соперничества. Создавая дизайн-концепт, очень важно точно определить его предназначение, цели и задачи. Необходимо помнить, что создатели дизайн-концепта являются средством коммуникации между экспонентом и целевой аудиторией.

Верное понимание потребностей экспонента и конечного потребителя определяют вектор движения творческой мысли исполнителя при разработке проекта. Каждый создаваемый дизайн-концепт начинается с авторской идеи,

с фундаментального концепта. Насколько явно и образно будет выражена ассоциация и решены функциональные и сценарные задачи, зависит от целого ряда объективных и субъективных причин. Способность вызвать эмоциональную реакцию, донести метафорический месседж и оставить яркое воспоминание, несомненно, являются приоритетными в разработке выставочного проекта. Специфика выставочной коммуникации определяющим образом влияет на формирование дизайн-концепта стенда. Создание особенной инсталляции, которая должна была стать уникальной, впечатляющей и запоминающейся, обусловила главную цель проекта.

Этим вопросам посвящены параграфы **«Метафора как основа предметной и образной коммуникации»** и **«Интерактивное погружение в среду выставочного проекта на основе концептуального решения»**.

В уличной, городской среде выставочное оборудование создает самостоятельный, законченный, интегрированный в общий контекст пространства архитектурно-экспозиционный ансамбль. Авторская концепция играет роль автономного высказывания, которое находится в определенной системе несоизмеримых по масштабу архитектурных объектов и ландшафтных территорий, в то время как выставочный стенд находится в ряду сомасштабных объемно-пространственных структур, объединенных одной атмосферой, интерьерным пространством и смысловой нагрузкой. Данным вопросам посвящен заключительный параграф третьей главы: **«Выставочные объекты в городской среде. Сходство и различия при работе в интерьере и экстерьере»**.

Целью исследования было стремление выявить критерии и методы, которые определенно могли позволить создавать объекты промышленного и средового дизайна высокого профессионального уровня, выдавать неизменно качественный результат в области выставочного проектирования на стадии создания концепции и реализации замысла. Для осуществления такой идеи возникла необходимость изучить и выявить ключевые методологические аспекты, благодаря которым это могло быть выполнено.

Проанализировав возможности и свойства эвристического мышления, наметить пути реализации творческого потенциала и привести их к нужной цели.

Определить значение семиотики и ее составляющих, количество и последовательность реперных позиций, в том числе значение знаковой системы передачи смысловой и эмоциональной информации.

Вследствие понимания процессов поэтапного проектирования происходит формирование цельной системы современного профессионального образования. Методология строится на осознании важности значения эвристического мышления, целесообразного применения на практике способов активизации креативности.

Знание и использование полного цикла исследовательского, проектного и производственного процесса дают возможность осуществить художественный замысел в полной мере, включая все сложности организации и реализации творческого концепта. Принципы создания востребованного с точки зрения технологии и экономики, а также эстетики и смысловой нагрузки проекта стали задачей исследования.

В ходе изучения ряда вопросов выявилось важное значение таких навыков, как: умение расставлять приоритеты, определять существенные и вторичные элементы конструктивной схемы в процессе формирования дизайн-концепта. Последовательно и системно находить оптимальные решения, учитывать полноправные значения функции и эстетики проектируемых объектов. Принимать во внимание свойства восприятия, используя образные метафоры и нужные ассоциации, вызывая позитивные эмоции при эффекте узнавания.

Общие выводы по диссертации

1. Анализ исторической эволюции экспозиционных решений в течение нескольких столетий позволил выявить принципиальный структурный элемент решения экспозиции: экспозиционный модуль и определить его

структуру, типологию, методику проектирования, место и роль в общем коммуникативном решении образа и конструкции торгово-промышленной выставки.

2. Неотъемлемой частью дизайн-мышления и возможностей человеческого восприятия является знаковая система коммуникации. Она представляет собой высокую степень обобщения идеи и несет смысловую, чувственную и эмоционально-психологическую нагрузку. Способность емко и четко транслировать основную мысль, месседж данной экспозиции становится ее главным, приоритетным достоинством. Использование системы символических, знаковых ассоциаций в создании выставочного проекта, его экспозиционных объектов, определяют высокий уровень выставочной коммуникации. Важное значение имеет совпадение концептуальных характеристик экспозиции и выставочного модуля – им свойственны единые образные формулировки и визуально-пластические свойства.

3. Определение факторов, влияющих на специфику проектирования модульного экспозиционного оборудования, позволила выявить и присущие промышленному дизайну в целом требования. Необходимо учитывать все грани эстетического характера дизайнерского объекта – такие, как художественный образ, стилевые особенности, пропорциональное и композиционное взаимодействие элементов, соотношение масштабов, классовая и тематическая принадлежность, наличие оригинальных и современных тенденций, маркетинговый месседж и индивидуальные авторские амбиции... Также в круг определяемых задач промышленного дизайнера обязательно должен входить сценарий использования, хранения и утилизации.

4. Проведенный анализ особенностей восприятия и возможностей креативного мышления позволяет обозначить целый ряд закономерностей и взаимосвязей, благодаря которым возможно структурировать и выстраивать процесс проектирования. Важную роль в формировании дизайн-концепта

играет система взаимодействия всех участников коммуникации. Значение образного и ассоциативного ряда в разработке объемно-пространственной композиции и определение информационной составляющей являются основополагающими критериями дизайн-проекта. Впечатление, которое получает потребитель, напрямую зависит от того, насколько точно будет передан основной смысл, который благодаря широкому спектру возможных воздействий сведется к ясному художественному знаку, символу всей экспозиции.

5. Взяв вышеизложенное во внимание и проанализировав основы построения образной системы воздействия и восприятия, можно сделать вывод о возможностях использования креативного мышления, благодаря которому выстраивается вектор разработки проектной дизайн-концепции. Опираясь на методику системного проектирования, благодаря Positioning System of Design Project (PSDP), которая включает в себя причинно-следственный подход разрешения концептуальных задач, сделанные в результате анализа выводы на предпроектном этапе, формулирования цели и смыслового сообщения, создания дизайн-концепта, основываясь на закономерностях, взаимосвязях мышления и восприятия человека, можно сформировать представление о возможных путях создания объектов экспозиционного дизайна.

Имея более чем двадцатилетний стаж преподавания в Строгановской академии по профилирующему предмету «проектирование» на кафедре «Промышленный дизайн», можно с определенностью сделать вывод о том, что системный подход, наличие определенных навыков, опыт педагогов, логика и твердый расчёт работы дизайнера выставки могут давать стабильные профессиональные результаты.

6. Масштаб распространенности визуальной информации неумолимо растет. Благодаря информационным технологиям сегодня мы с легкостью узнаем о состоявшихся проектах и новых трендах, появляющихся во всем мире. Глобализация охватила все сферы нашей жизни. Мы можем

виртуально побывать почти на любой выставке в любом городе и любой стране. Это, безусловно, открывает массу интересной информации, даёт нам много разнообразных ощущений и возможностей.

Однако, оставаясь существами эмоциональными, подверженными иной раз иррациональным порывам, без личного взаимодействия с визуальной информацией мы не сможем получить должного удовлетворения. Дизайнер должен учитывать индивидуальный фактор восприятия, учет которого позволяет каждого посетителя за счет интерактивных инструментов, общечеловеческих символов, сценарного проектирования и других проектных средств сделать сопричастным тому или иному экспозиционному, информационному, коммуникативному решению.

7. Стремление создать не просто крепкую профессиональную работу, а нечто большее, ставит перед нами свои сверхзадачи. Именно когда удаётся затронуть более глубокие материи, истинные чувства, непосредственные эмоции, мы приближаемся к их решению. Такие процессы происходят в области нетрадиционных осмыслений, в поле авторского внутреннего мироощущения, художественного видения.

Благодаря способности оптимизировать процессы обработки информации, поступающей в огромном количестве извне, человек стремится ускорять и упрощать систему своего восприятия. Получать впечатление от изобразительного или иконического изображения, от символической формы или как следствие — от графического понимания образного знака. Такая система взаимодействия с окружающим миром дает приоритетные возможности для более полного эмоционального, информативного и запоминающегося восприятия.

Именно характерные знаковые во всех смыслах месседжи определяли неповторимость и силу впечатления от экспонента. Способность точно передать сущность замысла метафорическими и ассоциативными образами, принимая во внимание чувственное восприятие потребителя, давала в руки

дизайнеров профессиональные инструменты в процессе проектирования стендов.

8. Способность человека осуществлять общение посредством образов, метафор и знаковых символов открывает возможности визуальными средствами оказывать наибольшее воздействие на окружающих. В процессе создания дизайн-концепта важную роль играет учет семиотических факторов, построения стенда как знаковой структуры. Эстетическая категория включает в себя вопросы образа, композиции, цвета, имиджевых, рекламных, декоративных элементов, графического стиля, антуража и аксессуаров как самого стенда, выставочного модуля, так и его участников. Эти категории преследуют в свою очередь творческие, художественные цели. Решение художественных задач и эмоционального восприятия является неотъемлемой частью любого процесса проектирования в области всех сфер дизайна.

Символ, знак, вытисненный слоган — есть краткое воплощение идеи. Именно знаковая система коммуникации представляет собой высокую степень обобщения идеи и несет эмоционально-психологическую, чувственную и смысловую нагрузку. Такой прием транслирует одну из важных, неотъемлемых сторон дизайн-мышления.

Материал исследования убеждает, что использование разнообразных художественных приемов и материалов при строительстве экспозиционных модулей в итоге превращается для зрителя в концентрированный визуальный образ, знак. Мгновенное впечатление и запоминаемость дает приоритет перед другими многочисленными участниками выставки. Отведенное время в павильоне для посетителей чаще всего ограничено. Задача представленных экспонентов как можно скорее завоевать их внимание, привлечь на свое выставочное пространство, запомниться в случае повторного визита или в момент подведения итогов всего посещения мероприятия.

В качестве исследуемого и демонстрационного материала были использованы проекты, созданные при участии и руководстве автора этого исследования. Вследствие глубокого личностного понимания процесса рождения представленных выставочных стендов и экспозиционных модульных решений можно сделать выводы о значении и многогранности методов системного проектирования.

Проектирование выставок является лабораторией дизайна не только потому, что в ходе ее создания отрабатываются профессиональные приемы промышленного дизайна, рекламы, но еще и потому что выставка задаёт восприятие инноваций, новых объектов дизайна, формируя отношение к ним публики и тех кто будет эти достижения продвигать, производить и внедрять.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в изданиях рекомендованных ВАК РФ:

1. Мони́на Т.А., Емельяненко С.К. Некоторые аспекты мышления и восприятия. Креативное восприятие и мышление как основа проектирования. // «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва, 1/2019, часть 2. С. 66–73
2. Мони́на Т.А. Интерактивные технологии в городской среде. // «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва, 1/2016, часть 1. С. 274–283
3. Мони́на Т.А., Емельяненко С.К. Звуковая графика. Рождение нового жанра. // «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва, 1/2016, часть 4. С. 313–324

Другие публикации, выступления на научных конференциях:

4. Мони́на Т.А. Форма, материалы и технологии в эксподизайне. Распределение приоритетов. // Материалы международной научной конференции 18 мая 2018 «Материал – технология – форма как универсальная триада в дизайне, архитектуре, изобразительном и декоративном искусстве» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2018. С. 369 –373
5. Мони́на Т.А. Социальная сфера дизайна. // Первая Всероссийская научная конференция. Единая образовательная среда в сфере искусства и дизайна как фактор формирования и воспитания творческой личности. / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2017. С. 70 –75
6. Мони́на Т.А., С.К. Емельяненко. Звуковая графика: гармония и геометрия. // Всероссийская научно-практическая конференция 17 марта 2017 / Цифровая революция-2017. / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2017. С. 134 –141
7. Мони́на Т.А. Специфика создания интерактивных дизайн-концептов. // Международный проект перспективных научно-практических исследований в сфере дизайна "DESIGN ARIA". СФЕРА ДИЗАЙНА XXI ВЕКА НА ПУТИ К НОВОЙ ПАРАДИГМЕ ОБРАЗОВАНИЯ. / / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2015. С. 109 – 116
8. Мони́на Т.А. Некоторые аспекты терминологических несоответствий. / Сборник статей Международная научная конференция к 190-летию МГХПУ имени С.Г. Строганова и к 100-летию П.А. Тельтевского. / / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2015. С. 212 – 219

9. Мони́на Т.А. Роль света. Слово о Д.А. Бетоньяне./ Международная научная конференция к 190-летию МГХПА им. С.Г.Строганова. // Сборник статей Учителя и ученики. / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2016. С. 358 – 361
10. Мони́на Т.А. Изображение и восприятие объемного пространства. / Международная научная конференция. / IMPART-2014. НЕВОЗМОЖНЫЕ ОБЪЕКТЫ И ОПТИЧЕСКИЕ ИЛЛЮЗИИ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ И ДИЗАЙНЕ. / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2014. С. 52 - 54
11. Мони́на Т.А. О дизайне, физиках и лириках. / Сборник статей Международного проекта перспективных научно-практических исследований в сфере дизайна «DESIGN ARIA». ДИЗАЙН ТЕХНОЛОГИЯ ИСКУССТВО ФУТУРОЛОГИЯ. / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, Москва 2014. С. 8 – 19