

Чтобы не перепутать дома

Все помнят комические приключения с героем знаменитого фильма «Ирония судьбы», начавшиеся с того, что он перепутал свой московский дом на чужой в Ленинграде. Это была вполне допустимая ситуация по тем временам, ведь жилища, их обстановка были похожи как две капли: одинаковые дома, квартиры, мебель. Сейчас дизайнеры жилой среды работают над тем, чтобы внести разнообразие и эксклюзивность в облик наших домов. Очень долгое время понятие «дизайн интерьера» существовало у нас в Казахстане только в книгах для специалистов.

Термин «дизайнер» произошел от латинского *designare* - показывать, намечать, делать. В Казахстане довольно долгое время отношение к дизайнерам было сродни отношению к вольным художникам: считалось, что и те, и другие являются творцами. Однако дизайнер создает свои работы не ради искусства, а для конкретного заказчика и обязан иметь четкое представление о потребностях, как своего клиента, так и конечного потребителя. Как правило, профессиональный специалист должен хорошо разбираться в скульптуре, живописи, технике рисунка, основах композиции, эргономике и даже в психологии. Кроме того, необходимы знания о ситуации на рынке, где будет продвигаться товар, над оформлением которого он работает. Профессионально важными качествами для дизайнера являются художественное воображение, пространственно-образное мышление, коммуникабельность. Важно следовать главному принципу дизайна: «Что функционально, то красиво». Создавая очередной шедевр, хороший дизайнер думает, прежде всего, не о себе и даже не о клиенте, а о простых потребителях, на кого рассчитана реклама. Какую бы работу он не выполнял - крохотную открытку или огромный плакат, он обращается к определенной аудитории. Годовой отчет солидного банка в кислотных цветах или приглашение

на детский праздник в черно-белой гамме - нонсенс. Любая печатная реклама или щит должны хорошо читаться. Автор многих блестящих рекламных проектов Билл Бернбах так сформулировал цель: «Каждое слово, каждый графический символ, каждая тень должны работать на сообщение, которое вы пытаетесь донести». И ни одной лишней детали. Иначе реклама не выполнит свою главную задачу - продвижение товара, став просто декоративным элементом.

Дизайнеру необходимо все время «держать руку на пульсе», знать актуальные тенденции в искусстве - то есть быть, как говорят специалисты, «насмотренным». Приходится читать книги и журналы по дизайну, посещать выставки, интересоваться смежными областями: живописью, иллюстрацией, фотографией, изучать современный визуальный язык, постоянно повышать свой культурный уровень. Равнодушных людей эта профессия не любит.

Выпускников нашей области специальностям - дизайнер одежды, дизайнер жилой среды, графический дизайн, дизайн рекламы - научат в самом престижном вузе области - ЮКГУ им. М. Ауэзова на кафедре «Дизайн и декоративное искусство».

Ю. ЛОМАКИН, К. ЖОЛДАСБЕКОВА,
преподаватели кафедры «Дизайн
и декоративное искусство»