

Овчинникова Раиса Юрьевна

РАЦИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КРЕАТИВА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

В статье представлена роль рациональной составляющей креатива в практике дизайн-проектирования. Автор раскрывает принципы креатива в контексте инновационного направления интеллектуальной разработки дизайн-концепции в графическом дизайне: новизны (оригинальности) и практической целесообразности. Обосновывается авторская идея зависимости креативности дизайн-решения от наличия новизны (оригинальности), практической целесообразности, а также от степени соответствия идеальной модели дизайн-объекта.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/11-1/34.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 11 (61): в 3-х ч. Ч. I. С. 125-129. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

18. **Рябцев О. В.** Крымско-татарское национальное движение: современное состояние и перспективы развития. Ростов-на-Дону: Изд-во Сев.-Кав. науч. центра Высш. школы Южн. федерал. ун-та, 2007. 163 с.
19. **Ставлення жителів Криму до імовірних загроз та допитань, які мають значний конфліктний потенціал** // Національна безпека і оборона. Київ, 2011. № 4-5 (122-123). С. 27-39.
20. **Хантингтон С.** Политический порядок в меняющихся обществах. М.: Прогресс-Традиция, 2004. 480 с.
21. **Численность и состав населения Автономной Республики Крым по итогам Всеукраинской переписи населения 2001 года** [Электронный ресурс]. URL: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/rus/results/general/nationality/crimea/> (дата обращения: 21.08.2015).
22. **Численность и состав населения Севастопольского горсовета по итогам Всеукраинской переписи населения 2001 года** [Электронный ресурс]. URL: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/rus/results/general/nationality/sevastopol/> (дата обращения: 21.08.2015).
23. **Швец А. Б.** Паспортизация социокультурных противоречий в Крыму // Геополитика и экогеодинамика регионов. Симферополь, 2008. Вып. 1-2. С. 76-78.
24. **Шевчук А. Г.** Регионализация этноконфессиональных процессов в социокультурном пространстве Автономной Республики Крым // Этнокультурные и межконфессиональные отношения в Крыму: сб. науч. тр. Симферополь: Антикава, 2013. Вып. 3. С. 64-75.
25. **Яковлев А. Н.** Особенности локализации социокультурной конфликтности в Крыму (2011-2012 гг.) // Этнокультурные и межконфессиональные отношения в Крыму. Симферополь: Антикава, 2013. Вып. 3. С. 43-50.
26. **March J. G., Olsen J. P.** The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life // American Political Science Review. Washington, 1984. Vol. 78. № 3. P. 734-749.
27. **Темненко Z.** Hizb-ut-Tahrir – Raise of Political Islam in Crimea // Этничность и власть. Региональные, национальные и глобальные проекты. Севастополь: ЭКОСИ – Гидрофизика, 2008. С. 174-175.

POLITICAL INSTITUTIONALIZATION OF ISLAMIC ASSOCIATIONS UNDER THE CONDITIONS OF MULTICOMPONENT SOCIETY (BY THE MATERIALS OF THE AUTONOMOUS REPUBLIC OF CRIMEA)

Nunuev Said-Khamzat Makhmudovich, Ph. D. in History

Chechen State University

nunuev2015@yandex.ru

The article identifies the parameters of the political institutionalization of Islamic associations under the conditions of multicomponent society (by the example of the Autonomous Republic of Crimea in 1922 – February 2014). The author identifies changes in the ethno-demography and residential area of the Muslims in Crimea, defines the institutional structural type of the Islamic associations. The paper discovers the manifestations of the growth of the influence of the extremist organizations – “Hizb ut-Tahrir al-Islami” party, the Salafis. The researcher focuses on the tendencies for the development of the Crimean Muslims’ public opinion on political issues.

Key words and phrases: Islamic associations; political institutionalization; multi-component society; Crimea.

УДК 7.012.23

Искусствоведение

В статье представлена роль рациональной составляющей креатива в практике дизайн-проектирования. Автор раскрывает принципы креатива в контексте инновационного направления интеллектуальной разработки дизайн-концепции в графическом дизайне: новизны (оригинальности) и практической целесообразности. Обосновывается авторская идея зависимости креативности дизайн-решения от наличия новизны (оригинальности), практической целесообразности, а также от степени соответствия идеальной модели дизайн-объекта.

Ключевые слова и фразы: креатив в графическом дизайне; креативность дизайн-решения; рациональные предпосылки креатива; характеристики креатива в графическом дизайне; критерии креативности дизайн-решения.

Овчинникова Раиса Юрьевна, к. искусствоведения, доцент

Омский государственный технический университет

O-R-U@mail.ru

РАЦИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КРЕАТИВА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ®

Исследуя методологические вопросы дизайна, современные авторы обосновывают ключевую роль творчества (креатива) в дизайнерской деятельности. Иными словами, полагают они, креативный поиск является сущностью проектной деятельности [2, с. 16; 7; 8, с. 23]. В рамках этого направления существует более жёсткая позиция, согласно которой ставится знак равенства между креативом и дизайном. Так, В. Д. Курушин объекты графического дизайна характеризует как «визуальные креативы» [6, с. 11].

Традиционно творчество являлось категорией философии, психологии и культуры и выражало смысл собственно человеческой деятельности. В последние два десятилетия термин «креатив» (от англ. *create* – создавать, творить) стал широко востребованным в характеристике особенностей дизайн-проектирования. Производный

термин – «креативность» используется для обозначения нестандартных конструктивных решений профессиональных проблем. В этом смысле креативное дизайн-решение благодаря своей неповторимости вызывает эффект «неожиданного» воздействия на потребителя. Дело в том, что воплощение креативной идеи в дизайн-объекте всегда находится вне воображения, фантазии обычного человека, поэтому при восприятии производит на него эмоциональное воздействие. Возникшие эмоциональные впечатления получают отклик в сознании потребителя и служат своеобразной оценкой творчества дизайнера. «Работа (дизайнера) – всегда непрерывный процесс взаимодействия с клиентом в стремлении создать что-то неожиданное, но при этом достигающее цели» [5, с. 432].

В данном исследовании не ставится задача определения креатива применительно к дизайну вообще. Проблемное поле настоящего исследования – изучение креатива, выявление критериев его оценки в рамках теоретического осмысления содержания проектирования в графическом дизайне. Хотя термин «креатив» в графическом дизайне приобретает категориальный статус, однако научной зрелости в истолковании этого понятия не достигнуто. Отсюда становится понятным интерес к обнаружению сущностных характеристик креатива и их воплощения в дизайн-проектировании. Иными словами формулируя вопрос, какими характеристиками должны обладать результаты креативной деятельности в графическом дизайне, какую задачу мы ставим перед собой? Задача такова – выявить факторы, обеспечивающие реализацию креативности дизайн-решения.

Подходов и аспектов исследования творчества (креатива) много. В интересующем нас ключе существует направление, в контексте которого может быть представлена практика креатива в графическом дизайне. Это направление именуют инновационным. Отталкиваясь от позиции Е. П. Ильина, характеризующего креативность инновационного направления в соответствии с новизной конечного продукта (в нашем случае дизайн-решения), обратимся к трактовкам креатива в его границах [3, с. 174]. Несмотря на имеющиеся различия в толковании креатива, наблюдается и относительное единство этих взглядов. Нас по большому счёту интересует не то, чем отличаются позиции, а то, что объединяет их. Во-первых, понятие «креатив» употребляется при характеристике и оценке результатов дизайн-проектирования. Во-вторых, ключевой момент в оценке креативности таков – любой объект дизайна должен содержать новизну, быть оригинальным. Так, С. Г. Пронин рассматривает креатив как оригинальную идею, которая отличается от подходов конкурентов [9, с. 13-15]. Подобное понимание креатива достаточно популярно в практике дизайнера и ориентирует на постоянное обновление визуального образа, дизайн-решения товара (услуги). Отметим, что трактовка креатива как «оригинальности», «новизны» дизайн-решения не вызывает возражения. Но, на наш взгляд, является недостаточной, поскольку важно не только указать формальные характеристики креатива в проектировании дизайн-объекта, но и выявить их качественные особенности.

В этих целях, полагаем, необходимо дополнить имеющийся перечень креативных характеристик. Представляется важным учитывать не только факты новизны и оригинальности дизайн-решения, но и факт практической целесообразности в понимании сущности креатива.

Креатив – это многоступенчатый процесс деятельности. Как отмечает И. А. Бескова, сравнительный анализ различных ступеней творческого процесса свидетельствует о том, что в нём есть рациональная и иррациональная составляющие, каждая из которых обладает относительной самостоятельностью [1]. Перед нами стоит задача акцентировать в качестве предпосылки креативной разработки концепции интеллектуальную активность дизайнера, то есть всё то, что свидетельствует о реализации самостоятельности мышления. В этой связи заметим, что чувственно-эмоциональная составная часть творческого процесса, а именно, иррациональный компонент творчества дизайнера, высокая интуитивность, способность воспринимать глубокие смыслы, сопровождающие проектирование, остаются за пределами наших интересов.

Стоит отметить, что творчество в дизайн-проектировании в интересующем нас аспекте направлено на рациональное решение определенной проблемы посредством разработки концепции с последующим её воплощением. В настоящее время представление о дизайне как об эстетической деятельности в «чистом виде» преодолевается, что ставит перед дизайнерами новые задачи. Каковы они? Так, Е. Храмова отмечает, что дизайнерам нужно овладевать навыками дизайн-мышления, а не заниматься только «украшательством» [11].

На наш взгляд, эта позиция в рамках теоретического исследования дизайнера находит воплощение в исследованиях, посвящённых разработке дизайн-концепции. Логически первый шаг в проектировании дизайн-объектов состоит в выделении ступеней проектирования, где закладываются рациональные предпосылки креатива. Первая ступень – подготовительная (предпроектная). Однако именно на этой ступени формируются основы будущего дизайн-объекта (его идеальной модели, т.е. идеала). Термин идеал (фр. *idéal*, лат. *idealis*, от греч. *îdēa* – вид, образ, идея) будем использовать в общеупотребительном смысле и характеризовать как высшую степень ценного или наилучшего в дизайн-объекте, свидетельствующую о завершённом состоянии дизайн-решения.

Н. Броуди, исследуя особенности дизайн-проектирования, полагает, что «интуитивный, эмоциональный» этап творчества осуществляется после исследования потребностей, предпочтений, интересов заказчика, а также выявления ограничений, обусловленных возможностями использования доступных ресурсов [5, с. 336]. Принимая во внимание эту позицию, полагаем, что конструирование идеальной модели дизайн-объекта является рациональной составляющей проектирования, которая, безусловно, «подкрепляется» внутренним чувством дизайнера и желанием создать данный объект. Хотя в ходе проектирования иррациональный и рациональный компоненты креатива обладают относительной самостоятельностью, однако на заключительном этапе построения законченного и логичного продукта (дизайн-решения) осуществляется их синтез.

Креатив, как было отмечено, предполагает сочетание новизны, оригинальности и практической целесообразности. Однако важно установить, какая из этих характеристик должна выступать исходным принципом дизайн-проектирования. Полагаем, что новизна (нечто новое в дизайн-решении) и оригинальность (своеобразие

дизайн-решения) являются только сопутствующими характеристиками дизайн-объекта, поскольку целью дизайн-концепции является достижение определённых практических результатов. Заметим, что в дальнейшем мы будем использовать понятия «новизна» и «оригинальность» в широком смысле, когда они могут рассматриваться как синонимы. В этом контексте новизна (оригинальность) как характеристика дизайн-решения не всегда обладает особой важностью. Х. Х. Ким, исследуя особенности творчества дизайнеров, замечает, что креативность более значимо представлена в проектах западных авторов. Для дизайнеров восточных культур более значима реинтерпретация, а не оригинальность решений [12, р. 75].

Авторская позиция состоит в том, что принцип целесообразности является исходным в осуществлении проектирования. Реализация этого принципа ориентирована на достижение практических результатов, что обеспечивает преобразование существующей проблемной ситуации в предпочтительную, идеальную (в практическом смысле) или ситуацию будущего. На этом основании можно заключить, что обратной стороной целесообразности является практичность.

Интересно высказывание Д. Ворвикера о разработке концепции: «Когда нужно что-то придумать, самая важная вещь – это уловить дух того, чего пытаетесь достичь» [5, с. 409]. При этом проектируемый дизайн-объект должен быть реалистичным решением ситуационной задачи. Ситуативная (ситуационная) задача – открытая система с проекцией желаемых качеств объекта, характеризующих идеал (модель дизайн-объекта). Её решение должно быть экономным, удобным, легко применяемым, то есть целесообразным с практической точки зрения. Поскольку дизайн-проектирование является способом решения ситуационной задачи, креативность дизайнера – это в некотором роде «изобретательская» деятельность. В этом случае характеристика креативности проектирования – это оценка плодотворности практического дизайн-решения («конечного продукта») в контексте новизны (оригинальности) и соответствия идеальному образу дизайн-объекта.

Идеальную модель дизайн-объекта нельзя точно воссоздать, можно только спроектировать её как образец будущего дизайн-решения. Однако ориентированность дизайнера в процессе проектирования на идеальный образец позволяет соединить воедино практическую результативность дизайн-решения и новизну (оригинальность). В связи с тем, что идеальная модель дизайн-объекта всегда отличается от итогового дизайн-решения, креативность дизайн-концепции можно оценивать как степень, уровень, меру этого совпадения. Как видим, в рамках инновационного направления креативность представлена в конечном продукте проектирования, в котором идеал находит свое практическое воплощение.

На Рисунке 1-2 представлена зависимость креативности дизайн-решения от наличия новизны и практической целесообразности (значимости), а также от степени их соответствия идеалу.

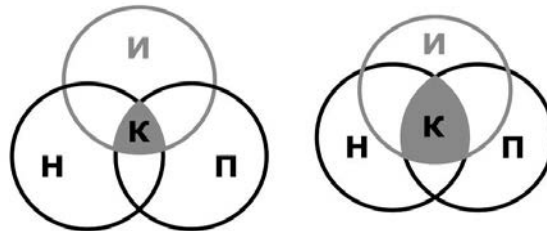


Рис. 1-2. Модель креативности дизайн-решения (И – идеальная модель дизайн-объекта, Н – новизна, П – практическая целесообразность, К – креативность)

Высокая степень соответствия дизайн-решения идеальной модели дизайн-объекта создаёт большие предпосылки его креативности. Поэтому важно при создании идеальной модели дизайн-объекта использовать различные креативные технологии, методы, активизирующие новое видение ситуации [4; 7; 8; 10] и др.

Как было отмечено, креативный и познавательный компоненты в проектировании дизайн-объектов представляют собой неразрывное целое. Они присутствуют на каждой ступени дизайн-проектирования. При этом креативная составляющая опирается на исследовательскую логику дизайнера, представленную на предпроектной ступени разработки дизайн-концепции. Формирование идеального образа будущего дизайн-объекта является рациональным процессом, в котором задействован анализ текущей ситуации. Будущую модель дизайн-решения можно постигать индуктивным путём посредством исследований рынка, изучения обзоров и т.п. Это означает, что креативная деятельность дизайнера в качестве важнейшего звена должна включать формулирование цели проектирования. При этом действия дизайнера должны соответствовать условиям предпроектной ситуации, основываться на знании проблемной ситуации, что достигается в теоретических и практических исследованиях. Итак, как уже было отмечено, креативный поиск сопровождает весь процесс дизайн-проектирования, в котором задействован, прежде всего, мыслительный потенциал дизайнера.

На Рисунках 3-5 схематично представлена зависимость степени креативности дизайн-решения от полноты, качества проведенных проектных исследований и уровня дизайн-мышления дизайнера, обеспечивающих практическую реализацию концепции (сегмент «практика/исследование»). Существует прямая связь между уровнем организации проведённого исследования и степенью креативности дизайн-решения. Проведённые исследования задают линию движения в дизайн-проектировании. А именно: отправным моментом креатива должен явиться теоретический процесс, осуществляемый на предпроектной ступени формирования дизайн-концепции. Дело в том, что всякое дизайнерское решение неразрывно связано со знанием. При этом реализация

креативных возможностей дизайнера осуществляется благодаря логически обработанным знаниям, полученным в ходе осознания проблемной ситуации, формулирования задач, изучения информации.



Рис. 3. Зависимость креативности дизайн-решения от специфики дизайн-проектирования (оптимальный уровень исследовательской работы и практического поиска)



Рис. 4. Зависимость креативности дизайн-решения от специфики дизайн-проектирования (высокий уровень исследовательской работы и практического поиска)

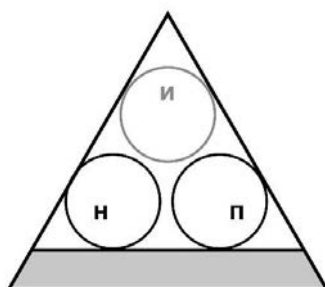


Рис. 5. Зависимость креативности дизайн-решения от специфики дизайн-проектирования (недостаточный уровень исследовательской работы)

Иными словами, схема иллюстрирует зависимость креативности дизайн-решения от результативности теоретико-познавательного процесса, представленного, прежде всего, на предпроектной ступени дизайн-проектирования.

Подводя итог, можно отметить следующее.

1. Возросшая популярность понятия «креатив» в практике графического дизайна актуализирует вопросы, касающиеся выявления (наряду с иррациональным) рационального аспекта в его исследовании. Логически первый шаг в осмыслении природы креатива заключается в решении вопроса о месте и роли исследовательской деятельности в проектировании дизайн-объектов.

2. Современный уровень развития проектной деятельности в графическом дизайне свидетельствует о том, что рациональное начало присутствует в креативных дизайн-решениях. Когда дизайнер в ходе исследовательской деятельности создаёт концепцию, в которой представлено идеальное дизайн-решение (будущее состояние объекта), он задаёт направление для креативного поиска. При этом креатив не является произвольной процедурой. Творить – это понять замысел и принципы его воплощения. Успешность этого процесса зависит от реализации в проектировании принципов практической целесообразности и новизны, основу которой составляет познавательная установка дизайнера.

Список литературы

1. **Бескова И. А.** Творчество [Электронный ресурс] // Новая философская энциклопедия. URL: <http://iph.ras.ru/elib/2957.html> (дата обращения: 21.08.2015).
2. **Воронов Н. В.** Российский дизайн: очерки истории отечественного дизайна: в 2-х т. М.: Союз дизайнеров России, 2001. Т. 1. 424 с.

3. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб.: Питер, 2009. 448 с.
4. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. М.: РИП-холдинг, 2002. 172 с.
5. Кумова М. Британский дизайн. Контекст. Школы. Студии. Среда. М.: КАК Проект, 2014. 495 с.
6. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама. М.: ДМК Пресс, 2001. 272 с.
7. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 239 с.
8. Павловская Е. Э. Дизайн рекламы: стратегия творческого проектирования. Екатеринбург: Архитектон, 2002. 160 с.
9. Пронин С. Г. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. М.: Бреатор, 2004. 168 с.
10. Ткаченко Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 335 с.
11. Храмова Е. Дизайн: от создания вещей к проектированию будущего [Электронный ресурс]. URL: <http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-kachestvom/p10109/#ixzz3gVSABkos> (дата обращения: 22.08.2015).
12. Kim H. H. Creativity and Culture: State of the Art // Design Thinking Research: Studying Co-Creation in Practice. L.: Springer, 2012. P. 75-85.

RATIONAL DIMENSION OF CREATIVITY IN GRAPHIC DESIGN

Ovchinnikova Raisa Yur'evna, Ph. D. in Art Criticism, Associate Professor
Omsk State Technical University
O-R-U@mail.ru

In the article the role of the rational component of creativity in the practice of design-projection is presented. The author reveals the principles of creativity in the context of the innovative direction of the intellectual development of design-conception in graphic design: novelty (originality) and practical reasonability. The author's idea on the dependence of design-decision creativity on the presence of novelty (originality), practical reasonability, and also on the degree of correspondence to the ideal model of design-object is substantiated.

Key words and phrases: creativity in graphic design; design-decision creativity; rational prerequisites of creativity; creativity characteristics in graphic design; design-decision creativity criteria.

УДК 7; 78:03

Искусствоведение

Статья посвящена малоизученному джазовому стилю «этноджаз», построенному на взаимодействии джазовой лексики и элементов фольклора народов мира. Авторы рассмотрели одну из тенденций развития этнического джаза – «полиэтнос», которая позволила джазу заговорить на всех языках мира, объединяя этнокультурные традиции различных регионов планеты. Посредством смешения полярных фольклорных традиций (часто в рамках одной композиции) джаз отобразил «пёструю» мультикультурную картину современного мира и продемонстрировал способность к межкультурному диалогу. Этноджаз является одним из ярких музыкальных стилей в многообразии современной музыки.

Ключевые слова и фразы: джаз; этноджаз; полиэтнос; диалог культур; «Запад – Восток»; «Восток – Север».

Огородова Алёна Владимировна, к. филос. н.

Биляр Юрий Николаевич, доцент

Шебанова Елена Ивановна

Белгородский институт искусств и культуры

Ogorodova-aliona-2012@yandex.ru

«ПОЛИЭТНОС» КАК МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ЭТНОДЖАЗА И РЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МИРА[©]

Сегодня, когда в мире стремительно нарастают процессы недопонимания, вновь поднимает голову фашизм, усиливаются расистские тенденции, набирает обороты информационная война, жизненно важной становится любая деятельность, направленная на создание межнационального и межкультурного диалога и способствующая формированию дружеских связей между народами, толерантности в лучшем понимании этого слова.

Джаз, на наш взгляд, – один из способов, способствующих решению межкультурных проблем. Джазовая музыка, родившаяся в результате смешения многих национальных традиций (африканской, афроамериканской, англокельтской, креольской, латиноамериканской), безусловно, имеет черты общечеловеческого искусства и являет собой пример межкультурного диалога. Вся история джаза – это ряд многообразных связей различных этнокультур, смена ассимиляционных и интеграционных процессов.

Процесс развития джазового искусства немыслим без постоянного диалога – фольклорных традиций, эстетик, стилей и исполнителей. Джаз творчески перерабатывает все эти элементы, наполняет их джазовой

[©] Огородова А. В., Биляр Ю. Н., Шебанова Е. И., 2015