

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.31.72.017

Влияние эстетики виртуального изображения на дизайн

Орешкин Павел Валерьевич

Старший преподаватель,
кафедра средового дизайна,

Российский государственный художественно-промышленный университет им. С.Г. Строганова,
125080, Российская Федерация, Москва, шоссе Волоколамское, 9;
e-mail: poreshkin@mail.ru

Аннотация

В статье показано, что развитие цифровых технологий глобальным образом сказывается на результатах итогового продукта, будь то графический лист или предмет пространства». Кроме того, компьютеры является сегодня наиболее естественным посредником между дизайнером, вещью и потребителем: «компьютерное проектирование сформировало обновленный пластический язык, возможности программы диктуют специфику художественной линии. В заключении делается вывод о том, что виртуальная эстетика оказывает влияние на дизайн. Данное воздействие проявляется в принципах формообразования в процессе проектирования и моделирования. При этом, сама вещь внешне освобождается от функциональной обусловленности и становится эстетически самодостаточной. Следовательно, «Бестелесность» предмета дает возможность переосмыслить его, включить в новые контексты, в том числе игровой (что важно для виртуального сознания). При этом, визуальные коммуникации становятся глобальными, и дизайнер в этой ситуации должен быть внимателен к тем новым возможностям, технологиям и материалам, которые позволяют сегодня реализовать «бестелесный» дизайн в любых областях, обогащая мир своими принципами, виртуальная эстетика принесла в дизайн новые принципы формообразования.

Для цитирования в научных исследованиях

Орешкин П.В. Влияние эстетики виртуального изображения на дизайн // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 8А. С. 201-207. DOI: 10.34670/AR.2023.31.72.017

Ключевые слова

Эстетика виртуального изображения, дизайн, социокультурные трансформации, информационные технологии, окружающая среда.

Введение

В современном мире все более важными становятся социокультурные аспекты деятельности, эстетика и эмоционально-психологическая составляющая дизайна. Если в индустриальную эпоху важнейшей основой бытия человека было производство, то в цифровую, постиндустриальную эпоху фундаментом развития общества становятся информационные наукоемкие технологии, что оказывает влияние на все области жизни человека.

Виртуальная среда формирует и новый тип потребителя: это многомерный, эстетически ориентированный человек, отличающийся от потребителя индустриальной эпохи. С такими его свойствами логически связана демассификация производства, когда потребитель стремится уже не к обладанию брендовой вещью или стандартному дизайну, но к уникальности (что связано с запросом на малый бизнес и локальность). Индустриальный дизайн, изначально заданный как часть массового производства, плохо справляется со всеми этими задачами; очевидно, необходимо переосмысление дизайна и его перепрофилирование. Важным требованием к новому дизайну является требование интерактивности.

Сетевое общество не может не менять промышленный дизайн, в частности, его подходы к эстетике. Вопрос о влиянии виртуальной эстетики на промышленный дизайн достаточно сложен, поскольку отражает вообще меняющееся представление о среде и мире вещей в информационную эпоху.

Основное содержание

Реалии современного дизайна требуют осмысления исходя из нового соотношения отношений человека и вещи в современности. В общем влияние это формулируют следующим образом: форма вещей становится всё более отчужденной от их функции.

Развитие цифровых технологий глобальным образом сказывается на результатах итогового продукта, будь то графический лист или предмет пространства». Кроме того, компьютеры являются сегодня наиболее естественным посредником между дизайнером, вещью и потребителем: «компьютерное проектирование сформировало обновленный пластический язык, возможности программы диктуют специфику художественной линии, вслед за этим меняются подходы к восприятию объемного изображения. возможность создания виртуальных 3D моделей изменила специфику производства – отпадает важный этап ручного моделирования.

История человечества связана с созданием вещей с определенными функциями, которые обеспечивали те или иные человеческие запросы. Однако информатизация общества привела к тому, что появился новый уровень организации предметного мира, который основан уже не на жестуальном взаимодействии с вещами (схватывание, надавливание, удерживание), а на зрительно-осознательном контакте.

На сегодняшний день человек стал взаимодействовать в своей деятельности не столько с миром техники, сколько с виртуальной реальностью.

Центральная его задача – формирование дружественного интерфейса для человека; решается это с помощью формообразования, которое происходит в компьютерном пространстве. Получается, что дизайнер взаимодействует теперь не столько с предметной формой, сколько с виртуальностью. И производство также становится дематериализованным: от ручного труда, от конвейера оно все больше уходит в области цифрового опосредования,

когда материализуется предмет, лишь пройдя через массу компьютерных программ. Основной задачей дизайнера остается облегчение пользования объектом для пользователя.

Произошло отчуждение формы предмета от функции, что получило название «бестелесного» дизайна. Во многих высокотехнологичных устройствах современности функция остается непроявленной в форме. Эти новые принципы формообразования отчуждаются от человеческого тела: они не требуют той мускульной согласованности, которая была важна в более ранние времена. Такой бестелесный дизайн заимствуется и в более привычные области промышленного дизайна, в которых предметы переосмысливаются и становятся фантазийных форм.

С развитием в последнее время медиаархитектуры в архитектурном дизайне развивается виртуальная (экранная) реальность. По мнению ученых под медиаархитектурой понимается вид искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа-) технологий, преимущественно таких как видео, компьютерные и мультимедийные технологии, интернет. Важной частью медиаархитектуры становятся медиафасады, создание которых стало возможным благодаря появлению пластичных светодиодных экранов.

Исследователи медиафасадов приходят к неожиданному выводу о внутренней связи электронных фасадов и готической архитектуры. С утверждением медиафасада, замечаящего собой привычное строение фасада, архитектура уже становится не только явлением пластического искусства; она отражает игру информации в пространстве. Анализ большого числа медиаобъектов показывает, что многие эстетические характеристики медиаархитектуры схожи с художественными средствами готического стиля, отделенного от современности многими столетиями. Было замечено, что электронная архитектура так же воздействует на реципиентов, то есть жителей городов, как и средневековые храмы на тогдашних прихожан.

Общее между медиафасадами и готической архитектурой – это невиданная ранее игра света и цвета, иррационализм, дематериализация и связь художественного образа и передаваемого содержания.

Можно привести множество примеров принципа виртуальности, но главное – нужно признать, что цифровая среда привела к переосмыслению архитектуры. Светоцветовые эффекты медиаархитектуры позволяют говорить об использовании ею художественных средств живописи. Другими словами, архитектура стремится позаимствовать у живописи новую силу выразительности и воздействия на зрителя. В итоге эстетика медиаархитектуры стремится к максимальной живописности. Используя современные виды медиафасадов, интерактивные и светодиодные технологии, стало возможно визуально изменять объемно-пространственные характеристики архитектурной среды, создавать качественно новое восприятие пространства. Фасад выходит на фронтальную позицию и сближает архитектурный объект с визуальными видами искусств. Точно так же, как и визуальные виды искусства существуют в сферах иллюзии и воображения, так и медиаархитектура, которая возвращается в лоно художественных процессов, становится искусством иллюзии.

Миметический принцип уже не сдерживает искусство и дизайн: в фокусе оказывается восприятие, рецепция, а не сам артефакт. Художественное мышление в эпоху компьютеризации всего мира связано не в последнюю очередь со стратегиями процессуальности, алгоритмизации, открытости и интерактивности.

В современном мире исследователи выделяют такой признак постиндустриального дизайна, как миниатюризация: развитие микроэлектроники ведет к уменьшению и эргономизации предметов: форма предмета следует уже не за функцией, а за эргономикой.

Дизайн, таким образом, становится новым, самоценным организмом, который определяет визуальную структуру культурного мира. Освобожденная от рамок привычной телесности и функциональности, вещь задает новые параметры, которые связаны уже не с ее эксплуатацией, но определяются законами виртуального дизайна. Таким образом, виртуальность становится важным средством коммуникации и принципиальным вектором формообразования.

Отмечено, что ориентированность на пользователя, заданная компьютерным интерфейсом, привела в дизайн идею эмоционального дизайна. Эстетически приятные объекты кажутся пользователю более эффективными в силу своей визуальной привлекательности. Это происходит из-за близости, которую пользователь испытывает к объекту, который ему нравится, из-за формирования эмоциональной связи с объектом.

По мнению ученых, дизайн большинства объектов воспринимается на трех уровнях:

- интуитивный (касается эстетики или привлекательности объекта),
- поведенческий (учитывает функции и удобство использования продукта)
- рефлексивный (учитывает функции и удобство использования продукта).

Хороший дизайн должен охватывать все три уровня. Следует отметить важность создания забавных и приятных продуктов, а не скучных и унылых. Технологии должны приносить в нашу жизнь больше, чем улучшение выполнения задач: они должны приносить богатство и удовольствие.

Людам будет легче относиться к продукту или услуге, если они смогут установить с ним связь на личном уровне. Эмоциональный дизайн – важный элемент при генерации идей о возможностях, ориентированных на человека.

Эмоциональный дизайн должен вызывать эмоции за счет использования удовольствий. Идея включения удовольствия в продукты заключается в том, чтобы предоставить покупателю дополнительные впечатления. Выделено четыре удовольствия, которые могут быть реализованы в продуктах или услугах:

- Физиологическое.
- Социальное.
- Психологическое.
- Идеологическое.

Физиологическое удовольствие имеет дело с телом и удовольствием, получаемым от органов чувств: вкус, прикосновение и запах, а также сексуальное и чувственное удовольствие. В контексте продуктов эти удовольствия могут быть связаны с тактильными свойствами (то, как ощущается взаимодействие с продуктом) или обонятельными свойствами (например, запахом кожи в новом автомобиле).

Социальное - это удовольствие, получаемое от компании других. Продукты могут способствовать социальному взаимодействию несколькими способами: либо посредством предоставления услуги, которая объединяет людей (кофеварка, позволяющая хозяину предлагать своим гостям свежий кофе), либо посредством того, что сама по себе является предметом обсуждения.

Психологическое - определяется как удовольствие, получаемое от выполнения задачи. Важно, насколько продукт может помочь в выполнении задачи и сделать достижение удовлетворительным. Важна и эффективность, с которой задача может быть выполнена (например, текстовый процессор со встроенным форматированием сокращает время, затрачиваемое на создание документа).

Идеологическое удовольствие относится к удовольствию, полученному от теоретических вещей, таких как книги, музыка и искусство. Это может быть связано с эстетикой продукта и ценностями, которые он воплощает. Например, продукт, сделанный из биоразлагаемого материала, может рассматриваться как экологичный.

Заключение

Таким образом, виртуальная эстетика оказывает влияние на дизайн. Он проявляется в принципах формообразования в процессе проектирования и моделирования. Сама вещь внешне освобождается от функциональной обусловленности и становится эстетически самодостаточной. «Бестелесность» предмета дает возможность переосмыслить его, включить в новые контексты, в том числе игровой (что важно для виртуального сознания). При этом, визуальные коммуникации становятся глобальными, и дизайнер в этой ситуации должен быть внимателен к тем новым возможностям, технологиям и материалам, которые позволяют сегодня реализовать «бестелесный» дизайн в любых областях. Обогащая мир своими принципами, виртуальная эстетика принесла в дизайн новые принципы формообразования.

Библиография

1. Гимадиева М. М. Влияние цифровых технологий на проектирование дизайна в интерьере // Технопарк универсальных педагогических компетенций. – 2023. – С. 109-112.
2. Долгих М. Н. Дизайн и виртуальная среда: дигитальные ландшафты в аспекте гибридных медиа // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – №. 379. – С. 86-91.
3. Калайкова Ю. В., Панкина М. В. Дизайн виртуальной информационной среды как социокультурная практика // Культура и цивилизация. – 2018. – Т. 8. – №. 2А. – С. 108.
4. КОВИН А. Е., АЛЕКСАНДРОВА О. В. Киберкультура и ее потенциал для современного средового дизайна // Молодые ученые-развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2021. – №. 1. – С. 758-760.
5. Литвина Т. В. Информационно-образные и структурно-композиционные средства ТВ-дизайна: дис. – М. : [Моск. гос. художеств.-пром. ун-т], 2005.
6. Яцюк О. Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект // Москва. – 2009. – Т. 305.
7. Maqbool H., Masek M. Image Aesthetics Classification using Deep Features and Image Category // 2021 36th International Conference on Image and Vision Computing New Zealand (IVCNZ). – IEEE, 2021. – С. 1-5.
8. Portnova T. Genre and style interaction in solutions staged ballets of the nineteenth, twentieth centuries // Astra Salvensis. 2018. Т. 6. № 12. С. 689 – 694.
9. Portnova T. Object-shaped world of ballet in the expositions and funds of theatrical museums of the world: to the question of the study of choreographic sources // Brukenthal. Acta Musei. 2018. Т. 13. № 2. С. 331-340.
10. Portnova T.V. Art technologization in the context of theatrical science development // Astra Salvensis. 2020. Т. 8. № S1. С. 701-729.
11. Portnova T.V. Classification of the theatrical exposition and methodological approaches to the study of choreographic exhibitions (on materials of theatrical museums of the world) // Opcion. 2018. Т. 34. № 85. С. 687-697.
12. Portnova T.V. Structural features of theatrical excursions (methodology based on theatre museum expositions) // International Electronic Journal of Mathematics Education. 2016. Т. 11. № 8. С. 2963-2973.

The influence of virtual image aesthetics on design

Pavel V. Oreshkin

Senior Lecturer,
Department of Environmental Design,
Stroganov Russian State University of Art and Industry,
125080, 9, Volokolamskoe hwy, Moscow, Russian Federation;
e-mail: poreshkin@mail.ru

Abstract

The article shows that the development of digital technologies has a global impact on the results of the final product, be it a graphic sheet or a spatial object.” In addition, computers are today the most natural intermediary between the designer, the item and the consumer: “computer design has formed an updated plastic language, the capabilities of the program dictate the specifics of the artistic line. The conclusion concludes that virtual aesthetics has an impact on design. This impact is manifested in the principles of shaping in the design and modeling process. At the same time, the thing itself is externally freed from functional conditioning and becomes aesthetically self-sufficient. Consequently, the “incorporeality” of an object makes it possible to rethink it, to include it in new contexts, including gaming (which is important for virtual consciousness). At the same time, visual communications are becoming global, and the designer in this situation must be attentive to those new opportunities, technologies and materials that today make it possible to implement “disembodied” design in any area, enriching the world with its principles; virtual aesthetics has brought new principles of shaping into design.

For citation

Oreshkin P.V. (2023) Vliyanie estetiki virtual'nogo izobrazheniya na dizain [The influence of virtual image aesthetics on design]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (8A), pp. 201-207. DOI: 10.34670/AR.2023.31.72.017

Keywords

Aesthetics of virtual image, design, sociocultural transformations, information technology, environment.

References

1. Gimadieva M. M. The influence of digital technologies on interior design // Technopark of universal pedagogical competencies. – 2023. – P. 109-112.
2. Dolgikh M. N. Design and virtual environment: digital landscapes in the aspect of hybrid media // Bulletin of Tomsk State University. – 2014. – No. 379. – pp. 86-91.
3. Kalaikova Yu. V., Pankina M. V. Design of a virtual information environment as a sociocultural practice // Culture and Civilization. – 2018. – T. 8. – No. 2A. – P. 108.
4. KOVIN A. E., ALEXANDROVA O. V. Cyberculture and its potential for modern environmental design // Young scientists for the development of the National Technology Initiative (SEARCH). – 2021. – No. 1. – pp. 758-760.
5. Litvina T.V. Information-shaped and structural-compositional means of TV design: dis. – M.: [Moscow state art-industry University], 2005.
6. Yatsyuk O. G. Multimedia technologies in the project culture of design: humanitarian aspect // Moscow. – 2009. – T. 305.
7. Maqbool H., Masek M. Image Aesthetics Classification using Deep Features and Image Category // 2021 36th International Conference on Image and Vision Computing New Zealand (IVCNZ). – IEEE, 2021. – pp. 1-5.

-
8. Portnova T. Genre and style interaction in solutions staged ballets of the nineteenth, twentieth centuries // *Astra Salvensis*. 2018. T. 6. No. 12. P. 689 – 694.
 9. Portnova T. Object-shaped world of ballet in the expositions and funds of theatrical museums of the world: to the question of the study of choreographic sources // *Brukenthal. Acta Musei*. 2018. T. 13. No. 2. P. 331 – 340.
 10. Portnova T.V. Art technologization in the context of theatrical science development // *Astra Salvensis*. 2020. Vol. 8. No. S1. pp. 701 – 729.
 11. Portnova T.V. Classification of the theatrical exhibition and methodological approaches to the study of choreographic exhibitions (on materials of theatrical museums of the world) // *Opcion*. 2018. T. 34. No. 85. P. 687 – 697.
 12. Portnova T.V. Structural features of theatrical excursions (methodology based on theater museum expositions) // *International Electronic Journal of Mathematics Education*. 2016. T. 11. No. 8. P. 2963 – 2973.