

# ТЕХНОЛОГИИ ПОИСКА КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ

Мазурина Т.А.

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет», г. Оренбург

В современном профессиональном дизайн-проектировании и в учебном процессе подготовки дизайнеров в рамках высшего дизайн-образования решаются задачи создания новых оригинальных креативных идей, формирующих смысловую концепцию и визуальное воплощение проекта. Это неперенная составляющая в достижении необходимых профессиональных компетенций дизайнера.

В поисках смысловой содержательности и стилистической выразительности современной предметно-пространственной среды и знаковых форм, создаваемых дизайнером, возникает необходимость применения специфических методов, способных интенсифицировать мыслительный процесс проектировщика. Среди множества такого рода способов и приёмов необходимо выявить наиболее эффективные, опираясь на практику многолетней работы в профессиональном и учебном дизайне.

Первая ступень современного проектирования, так называемый предпроектный поиск или «дивергенция», характеризуется расширением границ проектной ситуации с целью выявления скрытых проектных проблем, деталей и подробностей, приносящих в смысловую содержательность проекта необходимую новизну и актуальность темы, остроту мысли. Уходит в прошлое прототипическое проектирование со своими задачами создания множества подобных изделий, сменяясь острой необходимостью в индивидуальном эксклюзивном дизайне. На этой стадии наиболее эффективными зарекомендовали себя анкетный опрос и выявление визуальных несоответствий.

Преимущества анкетного опроса заключаются в возможности за короткое время собрать мнения огромного количества участников. Так было всегда. Современные интерактивные технологии позволили значительно интенсифицировать и углубить этот процесс. Internet-пространство даёт возможность быстрого конструирования анкеты, быстрой классификации целевых групп участников по возрасту, профессиональной принадлежности и другим параметрам; возможность мгновенного онлайн-исследования процентной составляющей ответов с учётом целевых групп потребителей (например, <http://anketolog.ru/> и др.). Анкетный опрос предоставляет концептуальную общую информацию о состоянии вопроса исследования.

Выявление визуальных несоответствий наполняет исследование конкретикой, тонкими нюансами и подробностями проблематизации проектной ситуации. Это наблюдение «на месте» остаётся актуальным и чрезвычайно увлекательным. Метод совершенно незаменим, т.к. позволяет легко сформулировать индивидуальные задачи для конкретного объекта или места

проектирования как в предметном и средовом, так и в графическом дизайне при создании визуально-коммуникативных средств и знаковых форм.

Как известно, мыслительный процесс дизайнера на второй ступени проектирования - «трансформации» - представляет собой так называемый «чёрный ящик», когда процесс рождения идеи превращается в творческое озарение и не поддается логике. Сам автор чаще всего не может полностью объяснить ни сам процесс, ни причины появления конкретной идеи. В отличие, «прозрачный ящик» (логические объяснимые мыслительные процессы) характерен для «дивергенции» и «конвергенции» - первой и третьей ступени проектирования.

В связи с этим, наиболее любопытными с точки зрения творчества являются методы, направленные на генерацию творческих идей. Эти методы составляют основу интерактивных технологий, применяемых в дизайне и дизайн-образовании.

Высокой эффективностью обладают мозговые штурмы различных видов и «клаузуры» (работа в аудитории). Они позволяют за короткий срок с наименьшими затратами времени и наименьшими материальными затратами генерировать максимальное количество идей. Позволяют дизайнеру создавать наиболее новаторские креативные решения на уровне подсознания, в отрыве от прототипического подхода.

Индивидуальный мозговой штурм характеризуется обособленной мыслительной деятельностью проектировщика. Происходит творческое «погружение» в тему, на выходе – несколько визуальных воплощений разных концепций в виде эскизов. Временной промежуток здесь может быть разным, часто – довольно продолжительным.

Коллективный мозговой штурм может занимать меньше время на генерацию идей, но требует дополнительное время на обработку полученных результатов руководителем штурма. Данная разновидность метода позволяет создать самое большое количество идей за самое короткое время, т.к. количество участников здесь максимально. Количество идей, приумноженное на количество участников, формирует разнообразную обширную информацию, требующую дополнительной обработки, которая проводится при помощи ранжирования по наибольшему количеству повторений. На выходе получается объективное оптимальное решение. Но если рассматривать одиночные идеи, то как правило, именно они наиболее оригинальны, креативны, индивидуальны. Таким образом, можно использовать полученную информацию в зависимости от поставленной цели.

Групповой мозговой штурм, в отличие от коллективного, выглядит как работа в подгруппах. Это подразумевает определённые психологические сложности, характерные для «работы в команде», но позволяет создавать более глубокие, продуманные эскизные проекты и отсеивать в процессе обсуждения неудачные решения. Формируется коммуникабельность участников, оттачиваются их социальные навыки, определяется наиболее полезное место каждого участника в группе. Время на разработку идей может быть различным – от часа до нескольких дней (проектные игры).

По принципу группового мозгового штурма проводились и проводятся проектные игры разных уровней. Здесь есть возможность решать довольно сложные проектные задачи любых направлений дизайна.

Нередко в процессе проектирования возникают ситуации, которые называют «творческий тупик». По каким-либо причинам мыслительная деятельность проектировщика прекращается, «притупляется». Генерация идей либо совсем невозможна, либо на выходе получаются решения, лишённые новизны, не удовлетворяющие автора, не решающие проектные проблемы и задачи. В таких ситуациях необходимо каким-то образом «подтолкнуть» мысль дизайнера к обновлению и продуктивной работе.

Чрезвычайно эффективными при этом оказались так называемые «методы ликвидации тупиковых ситуаций», разработанные во ВНИИТЭ. Название говорит само за себя. Цель – «запустить» мыслительный процесс».

Согласно данным методам, неудачное решение можно подвергнуть ряду преобразований, способных внести кардинальные изменения в его композицию, форму, цвет, материальную структуру и т.д. Например – усиление или ослабление элементов, объединение или разъединение, «обращение» и др. В тот момент, когда осмысленные проектные действия невозможны, эти приёмы способны привести дизайнера к нестандартному решению, чаще всего – к нескольким. Яркие результаты этот способ показал в проектировании графических объектов, в том числе товарных знаков, пиктограмм и других элементов навигации.

Можно также осуществить поиск новых взаимосвязей между элементами имеющегося неудачного решения. Для этого попарно соединяются его морфологические части или элементы композиции. Анализируя пройденный путь дизайна в истории, можно предположить, что именно таким способом когда-то были спроектированы многие модификации телефонных аппаратов – идея совмещения наборного диска и трубки позволила разработать радиотелефон, совмещение трубки и корпуса привело к изобретению современного мобильного телефона и т.д.

Тупиковую ситуацию можно сформулировать словесно и осуществить «переоценку проектной проблемы» в виде подбора синонимов к ключевым по смыслу словам полученного предложения. В процессе данного переосмысления многие из этих синонимов синтезируют новые смыслы, идеи, формы, визуализация которых формирует те долгожданные проектные решения, ради которых дизайн живёт.

Проектные задачи в дизайне зависимы от времени, места и менталитета целевой группы. Создавая прекрасное, дизайнер подбирает метафоры, образы, стиль, созвучные современности. Требования к созданию объектов дизайна не должны и не могут оставаться неизменными. Они развиваются, сообразуясь с условиями рынка, с возможностями современных технологий и тенденциями социально-культурных взаимосвязей.

Как следствие, технологии поиска креативных решений в дизайн-проектировании так же постоянно претерпевают эволюцию. Их изучение,

применение и создание заслуживают постоянного высокого внимания специалистов, начинающих и профессиональных дизайнеров.