

**МЕТОД ФИРМЕННЫХ СТИЛЕЙ В ДИЗАЙНЕ ГОРОДА
(ОПЫТ ПРОЕКТНЫХ СЕМИНАРОВ СОЮЗА ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ)**

В статье на материале проектных семинаров Союза Дизайнеров России, прошедших в 1990–2000-е гг. в ряде российских городов, рассматривается использование метода фирменных стилей в организации предметно-пространственной среды города, направленного на формирование целостного и уникального художественного образа градостроительного ансамбля.

Ключевые слова: метод фирменных стилей, дизайн городской среды, средовой подход, предметно-пространственная среда города, проектный семинар.

Начиная с 1990-х гг. в Союзе Дизайнеров России существует практика проведения проектных семинаров, посвященных актуальным проблемам дизайна городской среды¹. Такие семинары прошли в Златоусте (1994), Гжели (1995), Коломне (1997), Железноводске (2000), Урюпинске (2002), Оренбурге (2004) и других российских городах. Их «география» очень разнообразна – от Урала до Кавказа, также как и доминирующая функциональная направленность каждого из городов – от города-курорта, историко-туристского центра до промышленного города и города «вузовской науки». Значительно разнятся объекты проектных семинаров и по своей величине – от системы поселков «Гжель», небольших по размерам Коломны, Железноводска и Урюпинска, до крупного областного центра – города Оренбурга. У каждого из этих городов свои особенности и свои проблемы в области организации предметно-пространственной среды. Они определяли область проектных и исследовательских задач, индивидуальный подход и методы их решения. При этом все эти проектные форумы дизайнеров объединяет общая методология в подходе к организации предметно-пространственной среды города, базирующаяся на распространенном в индустриальном дизайне методе фирменных стилей [2, 3].

Златоуст – старый уральский город металлургов и мастеров оружейного дела

Златоуст был основан как поселение при железоделательном заводе в 1754 году и назван в честь святого Иоанна Златоуста². В 1815 году здесь строится оружейная фабрика и начинается производство холодного оружия: первыми мастерами были оружейники из немецкого города Золинген. В 1857 году открывается сталелитейная фабрика и отливаются первые в России стальные пушки. 31 мая 1865 года Златоуст получает официальный статус города. С городом Златоустом связано имя известного русского ученого в области металлургии Аносова Павла Петровича (1796–1851), открывшего в XIX веке новый метод получения литой булатной стали.

Планировочно «город-завод» сформировался вокруг искусственного водоема – пруда, возведенного в технических целях во время строительства железоделательного завода. Плотины и пруд сегодня являются историческими достопримечательностями города, определяющими во многом его внешний облик.

Славные традиции Златоуста плюс уникальный природный ландшафт – зеркало пруда в центре города, живописные горы, образно называемые «Уральским Тиродем», – опреде-

¹Проектные семинары, как отмечает президент Союза Дизайнеров России Ю. Назаров, преследовали, как минимум, четыре цели: воспитание профессиональных кадров, своего рода ФПК (вместе с мастерами дизайна на них съезжаются молодые педагоги, дизайнеры, студенты, формируя единую проектную команду); наработка научно-методического потенциала Союза Дизайнеров России в области ландшафтного и городского дизайна; пропаганда дизайна как в самом городе, где проходит семинар, так и на последующих выставках, конкурсах, форумах и фестивалях, а также в специальной профессиональной печати; реальная помощь конкретному городу в форме проекта-концепции по наиболее острым его архитектурно-дизайнерским проблемам [1, с. 240].

²Основание Златоуста относится к середине XVIII века, когда было начато промышленное освоение Южного Урала. 11 ноября 1751 года тульскими промышленниками И.П. Мосоловым и В.М. Мосоловым в Оренбургской губернской канцелярии заключен контракт на строительство железоделательного завода на речках Сатка и Куваш. Тщательнее изучив предполагаемое место строительства, Мосоловы решили строить новый завод несколько восточнее – на реке Ай, в устье реки Тесьмы. Разрешение на это было дано указом Берг-коллегии от 31.08.1754. В строй действующих Златоустовский завод вступил 14.08.1761, когда была задута первая домна [4].

лили общую проектную концепцию организации его предметно-пространственной среды, включая стили- и формообразования элементов городского дизайна и благоустройства. Согласно этой концепции акцент делался на палитре материалов, используемых в благоустройстве, уличной мебели и оборудования, и, в частности, на использовании черного металла и натурального камня, который в Златоусте, по вполне понятным причинам, присутствует в изобилии. Тем самым создаваемый здесь средствами дизайна индивидуальный «стиль города» как бы проявлял, по мнению авторов, скрытые «особенности места».

Уникальный образ «бело-синей Гжели»

Здесь перед участниками семинара стояла задача выработки новых оригинальных идей организации предметно-пространственной среды поселков, повышения ее выразительности и комфортности, которые, по мнению руководства ПО «Гжель», должны были привнести новый импульс в творчество художников объединения.

Известная во всем мире бело-синяя керамика Гжели – уникальное явление в художественной культуре России. Она является одним из самых узнаваемых символов на внешнем рынке, по крайней мере, в области художественно-декоративной продукции.

Задача «перенесения» бело-синего гжельского образа в среду с выявлением самобытных черт последней – резных палисадов и наличников, бревенчатых срубов и чуть ли не крытых соломой крыш – показалась очень заманчивой в процессе выработки проектной концепции. Превращение поселков ПО «Гжель» в мекку туристского паломничества, в гигантский по территории центр ремесленного и художественного творчества и одновременно музей под открытым небом, причем с действующими печами и старинными производствами «в натуральную величину», стали основой дизайн-концепции эстетического преобразования предметно-пространственной среды. Выявленные суперграфикой в пространственной среде печные трубы (печь для обжига керамики называют в Гжели ласково «Кормилица»), музей гигантских сделанных «под фарфор» фигур «Гжельский сад», занимательные декоративные скульптурные композиции на «керамическую тему» вдоль проходящих транзитом автодорог (при-

влекающих внимание проезжих – потенциальных туристов и покупателей), торгово-выставочные киоски-скульптуры «Гжель» для городов России и уникальный по своему формообразованию фирменный «гжельский шрифт» – вот далеко не полный перечень проектных предложений семинара Союза Дизайнеров России «Гжель-1995».

В аспекте нашей проблемы необходимо отметить следующую особенность использования метода фирменных стилей в работе над проектной концепцией для Гжели. В поле внимания общего «гжельского стиля» оказалось сразу несколько градостроительных образований (поселков), которые рассматривались как единое образно и семантически целостное пространство. Тем самым была сделана попытка средствами дизайна сформировать своеобразный «территориально-пространственный» памятный знак-символ. И этот обобщенный знак-символ необходимо было «закрепить» в пространстве посредством фирменного стиля – искусственного превращения «стиля фирмы» в «стиль места». В нашем случае это «перенесение» характерных принципов формообразования и цвето-графических образов гжельской керамики в архитектурный контекст и природный ландшафт, имеющие к тому же и свои ценностные качества.

Образ города-воина Коломны

Один из древнейших и красивейших городов Подмосковья. Впервые Коломна упоминается в Лаврентьевской летописи в 1177 году как пограничный пост Рязанского княжества, однако по последним раскопкам основание города относят к 1140–60 гг. В городе частично сохранился редкий памятник древнерусского оборонительного зодчества – Коломенский кремль [5].

У Коломны героическое прошлое – много бед пережил город за свою историю. В XIV веке его захватывали московские и рязанские князья, в XIII–XVI вв. – золотоордынские и казанские ханы, два раза город сжигался крымскими войсками (1521 г., 1571 г.). В смутное время Коломну неоднократно занимали поляки. Здесь в 1380 году собирал свое войско Дмитрий Донской перед Куликовой битвой, отсюда Иван Грозный ходил брать Казань [5].

Город известен также своим Коломенским заводом, основанным в 1863 году военным инженером А.Е. Струве. На этом заводе построены:

первый российский паровоз (1869), первое в мире судно с дизельной установкой – буксир «Коломенский дизель» (1907), первый российский серийный тепловоз (1931) [6].

Проектный семинар традиционно начался с экскурсий по объектам древности, консультаций с историками и краеведами, работы в архивах и музеях города, изучения старых фотографий, чертежей и рисунков, и в первую очередь предметных форм, наполнявших в прошлом городские улицы Коломны. Необходимо было найти «общий знаменатель» для всех этих исторических форм, который бы составил основу собственного «коломенского стиля» в уличной мебели и оборудовании и других составляющих дизайна городской среды.

В итоге в основу формообразования «базовой модели» гарнитура уличной мебели – трехрожкового уличного фонаря-торшера – был положен образ русского воина-богатыря: черный металл, утяжеленная база и общая «устойчивость» силуэта, брутальная «мужественность» форм и остроконечность деталей (напоминающие острия стрел и копий). Все это стало неким собирательным образом для формирования фирменного стиля элементов городского дизайна Коломны. Выявленные в процессе ретроспективного исследования характерные для «коломенского» предметного формообразования детали с определенной степенью стилизации были также «включены» в общую концепцию архитектурно-художественного стилеобразования, формируя мостик во времени между историческим прошлым и современностью.

«Советский классицизм» города-курорта Железноводска

Отдых в городе у нас часто ассоциируется с обустроенными бульварами, набережными, скверами, садиками и парками. В послевоенное время в СССР получили широкое распространение «парки культуры и отдыха» с многочисленными скульптурами футболистов, пловцов, летчиков и пограничников, серийно изготовленных из крашенного под белый мрамор железобетона. Вместе с вазонами и фонтанами, клумбами с цветами и парковыми скамьями, летними эстрадами и кафе они создавали некую среду-идиллию для культурного времяпрепровождения. По этому принципу в 1950-е гг. обустроились и многие зеленые зоны курортов Кавка-

за. Несколько из подобных парковых форм сохранилось к началу семинара и в курортной зоне Железноводска. Мотив этих классических (сегодня уже ностальгических) форм был положен в основу общего фирменного стиля курортной зоны Железноводска. Однако в отличие от «монументальности» 50-х здесь была предложена «камерность» в размерах пластических композиций. Было предложено не копирование принципов «советского классицизма», а скорее игра в него, создание своего особого стиля по мотивам 1950-х. Фигуры в 2/3 натурального размера были подняты на достаточно высокие постаменты (выше человеческого роста), в которые предлагалось вмонтировать специальные приборы динамической вечерней подсветки [7]. Наряду с использованием новейших технологий дань современности проявилась и в тематике жанра скульптурных композиций, отражая популярные сегодня виды спорта – баскетбол, спортивный танец, скейтборд и др.

Урюпинск – столица хоперского казачества

Урюпинск 2002 года – с виду ничем не примечательный город, расположенный близ реки Хопер, с типовой застройкой центра пятиэтажками, провинциального вида главной площадью и городским «Парком Победы». Из истории известно, что казаки с Хопра отличались особой храбростью и упрямством. Традиции казачества здесь чтят и оберегают по сей день. В городе одно из центральных мест занимает краеведческий музей с богатой коллекцией казачьего оружия, предметов быта и аксессуаров, популярны народные праздники и гуляния, далеко за пределами города известен местный казачий хор, во многих современных семьях носит определенный отпечаток особый, «казачий», уклад жизни. Еще одной достопримечательностью Урюпинска является монументальный гранитный памятник козы с маленькими козлятами. Памятник козе здесь появился не случайно, это не дань современной моде – ставить на пешеходных зонах занимательные скульптурные композиции на тему «животного мира». Козье молоко и шерсть (из нее вязали и продавали пуховые платки, которые считаются даже более качественные, чем знаменитые оренбургские) спасли многих жителей города от голодной смерти в военное время.

В городе ходит легенда о том, что Борис Ельцин, будучи российским президентом, как-то в сердцах сказал: «Вот брошу все и уеду в Урюпинск!». И эта фраза стала летучей, своего рода «брендом города». И вместе с традиционными урюпинскими сувенирами – казачьей папай и плетью – стали выпускаться футболки с надписью «Брошу все – уеду в Урюпинск!». Этот нехитрый набор отличительных особенностей города был включен в разработку его фирменного стиля. В его же основу был положен обобщенный образ Урюпинска как столицы хоперского казачества. Он нашел выражение в серии жанровых городских скульптур на тему казачества, в формах уличной мебели и городского оборудования (кронштейны уличных фонарей, напоминающие коромысла для носки ведер с водой и др.), принципах художественно-декоративного оформления известной урюпинской ярмарки.

Главная задача, которую решали проектировщики посредством фирменного стиля города, была связана с внесением новых художественных символов и знаков в безликую архитектурную среду провинциального Урюпинска. По замыслу авторов через эти новые символы происходило не только информационное обогащение предметно-пространственной среды города, повышение ее художественно-эстетических качеств, но и своего рода реабилитация утраченных и утрачиваемых историко-культурных ценностей и традиций.

Пешеходная улица в Оренбурге – собираемый образ и визитная карточка края

Проект-концепция пешеходной улицы Советской (бывш. Николаевской) в городе Оренбурге стал определенным итогом проектных работ Союза Дизайнеров России, вобравшим в себя многолетний опыт предыдущих проектных семинаров, в частности, использования метода фирменных стилей при организации предметно-пространственной среды города. Здесь принципы стилеобразования также базировались на ретроспективных исследованиях истории края, архивных документов и фотографий старых форм предметного наполнения городских пространств, натурных обследованиях улицы.

Улица Советская, являясь одной из центральных улиц города, превращалась в пешеход-

ную. Имея значительную протяженность (более 2 км) с разнохарактерной застройкой, она требовала неординарного подхода к организации предметно-пространственной среды. Требовалось средствами дизайна обеспечить формирование уникального запоминающегося образа ансамбля, повышение художественного статуса его отдельных фрагментов с малоценной застройкой.

Авторами проекта-концепции предлагалось рассматривать пешеходную улицу как своего рода визитную карточку Оренбуржья, отражающую во вновь создаваемом предметном слое историю города и края [8, 9]. Это и славные традиции яицкого (уральского) казачества, и имена великих поэтов Александра Пушкина и Тараса Шевченко, лжецаря Пугачева, белогвардейского генерала Дутова, легендарного летчика Валерия Чкалова, первого космонавта Юрия Гагарина и др. Возникший как город-крепость на юго-восточной границе Российской империи Оренбург вскоре становится городом-купцом и крупнейшим посредником в торговле между Россией и Средней Азией [10]. Сегодня в городе около 20 высших учебных заведений.

Все эти уникальные особенности «подсказали» проектировщикам целый ряд тем: «Оренбург времен Пушкина», «Город молодежи и студентов», «Авиация», «Торговый Путь», «Уральское казачество» и пр. По их мнению эти темы могли бы внести необходимое разнообразие, а в целом индивидуализировать образ улицы и города в целом. Тематическое разделение пешеходной улицы на мини-ансамбли со своей образной доминантой (темой) легло в основу общей дизайн-концепции. И метод фирменных стилей здесь играл, с одной стороны, роль объединения в целостный художественно-стилевой монолит – ансамбль – разнохарактерных фрагментов архитектурной среды улицы, с другой стороны, разделения этого целого на локальные тематические фрагменты (также стилистически целостные и композиционно завершенные). И общий фирменный стиль ансамбля улицы представлял из себя некую иерархически выстроенную систему «тематических фирменных стилей» мини-ансамблей. Такое намеренное разделение целого на части было оправдано особенностями пространственной структуры улицы. Непрерывно повторяющиеся на таком протяжении элементы город-

ского дизайна неизбежно вызывали бы у зрителя чувство монотонности и однообразия. И знак «плюс», который нес с собой в предметно-пространственную среду города фирменный стиль, мог бы превратиться в знак «минус».

Подводя итог в нашей статье можно сделать следующий вывод. Как показывает опыт проектных семинаров Союза Дизайнеров России метод фирменных стилей, получивший широкое распространение в индустриальном дизайне второй пол. XX века, может быть успешно применен в дизайне города для решения целого ряда задач, связанных с:

1) гармонизацией средствами дизайна разнотипного и разнохарактерного архитектурного контекста – объединение его системой стилистически взаимосвязанных элементов городского дизайна в единое художественное целое. Созданные в едином стилевом ключе эти элементы способны по формальным признакам поддерживать, дополнять и развивать архитектурно-художественные образы городского ансамбля, а в отдельных случаях и корректировать их;

2) индивидуализацией образа, повышением информативности и выразительности городского ансамбля (места), приданием ему уникальных образно-семантических качеств. Фирменный стиль может внести в среду городского ансамбля дополнительно новые образные знаки-символы, созданные на основе изучения существующего архитектурно контекста, архивных материалов, сказаний и легенд о истории места и событий с ним связанных, записок путешественников и мнений жителей. При этом фирменный стиль может вбирать в себя наряду с традиционными архитектурно-художественными компонентами и другие образные составляющие (как это, например, особенности местной культуры и быта в Урюпинске и Оренбурге);

3) формированием собирательного образа (имиджа) городского ансамбля (места). Как показал концептуальный проект благоустройства улицы Советской в Оренбурге, общий (собирательный) фирменный стиль крупного градостроительного ансамбля может строиться как сложная иерархическая система из «тематических фирменных стилей», каждый из которых может иметь свою образную доминанту и соподчиненные ей образно-стилевые компоненты;

4) восстановлением утраченных ценностных качеств городского ансамбля средствами дизайна. Причем эти ценностные качества относятся не только к историко-архитектурному контексту, но и к историческим событиям. Дизайн как бы проявляет скрытый историко-художественный потенциал. И это может относиться как к историческим характеристикам, так и к современности. Из архива и мастерской художника или писателя с помощью дизайнерских средств образы могут «перетечь» в городскую среду. Яркий пример тому суперграфическое художественное решение торцов девятиэтажных зданий в новом микрорайоне Коломны по мотивам картин известного художника.

При этом фирменный стиль может стать мощным «художественно-пространственным акцентом» переходя из разряда «стиль предприятия», организации, фирмы в «стиль места», городского ансамбля. Это становится возможным не только в рамках одного пространственного образования (города), но и целой системы таких градостроительных объектов. Последнее продемонстрировал концептуальный проект для ПО «Гжель», объединивший в одну художественно и семантически целостную систему ряд поселков.

20.02.2012

Список литературы:

1. Назаров, Ю.В. Постсоветский дизайн (1987–2000). Проблемы, тенденции, перспективы, региональные особенности. – М.: Союз Дизайнеров России, 2002. – 416 с., илл.
2. Михайлов, С.М. Метод «фирменных стилей» в организации предметно-пространственной среды города // Дизайн и технологии. – 2009. – №15.
3. Михайлов С.М., Белов М.И. Метод «фирменных стилей» в дизайне пешеходных пространств города (на примере квартала «Николай-фиртель» в Берлине) // Мир науки, культуры, образования. – 2010. – №6.
4. Город Златоуст. Энциклопедическая справка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zlatoust.ru/about/zlatoust/> – свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Коломна. Материалы из свободной энциклопедии «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Коломна> – свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Коломенский завод. Материалы из свободной энциклопедии «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Коломенский_завод – свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
7. Михайлов, С.М. X-й проектный. Традиционный и нетрадиционный семинар Союза Дизайнеров России в Железноводске // Дизайн-ревью. – 2004. – №1–4. – С. 97–99.

8. Михайлов, С.М. Три аспекта реконструкции улицы Советской в городе Оренбурге. По результатам XIV научно-проектного семинара Союза Дизайнеров России // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – №9. – С. 11–13.
9. Михайлов, С.М. Советская, Николаевская... XIV научно-проектный семинар Союза Дизайнеров России в Оренбурге // Дизайн-ревью. – 2005. – №1–2. – С. 11–22.
10. Оренбург. Материалы из свободной энциклопедии «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Оренбург> – свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

Сведения об авторах:

Михайлов Сергей Михайлович, декан факультета дизайна Казанского государственного архитектурно-строительного факультета (КГАСУ), доктор искусствоведения, профессор
e-mail: souzd@mail.ru

Белов Максим Игоревич, аспирант Казанского государственного архитектурно-строительного факультета, e-mail: belov_m@list.ru

Дембич Наталья Дмитриевна, соискатель Казанского государственного архитектурно-строительного факультета, e-mail: dembich@yahoo.com
420043, г. Казань, ул. Зеленая, 1, тел. (843) 5104770

UDC 74.01/.09

Mihajlov S.M., Belov M.I., Dembich N.D.

Kazan state architecturally-building universitet, e-mail: info@kgasu.ru

METHOD OF CORPORATE STYLES IN DESIGN OF THE CITY (EXPERIENCE OF DESIGN SEMINARS OF THE UNION OF DESIGNERS OF RUSSIA)

In article is considered a method of corporate styles in the organization of the detail-spatial environment of the city, based on material of design seminars of the Union of Designers of Russia. The seminars has passed in 1990–2000th in number of the Russian cities. The method is directed on formation of a complete and unique artistic image of town-planning ensemble

Key words: method of corporate styles, design of the city environment, the in detail-spatial environment of a city, design seminar.

Bibliography:

1. Nazarov, Yu.V. Post-Soviet design (1987–2000). Problems, prospects, regional features. – М.: the Union of Designers of Russia, 2002. – 416 p., il.
2. Mikhailov, S.M. Method of «corporate styles» in the organization before-metno-spatial Wednesday of a city // Design and technologies. – 2009. – №15.
3. Mikhailov S.M., Belov M.I. The method of «corporate styles» in design of foot spaces of a city (on an example of quarter «Nikolay-firtel» in Berlin) // the World of a science, culture, formation. – 2010. – №6.
4. Zlatoust [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.zlatoust.ru/about/zlatoust/> – the free. – of the screen. – russian language.
5. Kolomna [Electronic resource]. – Access mode: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Коломна> – the free. – of the screen. – russian language.
6. Plant of Kolomna [Electronic resource]. – Access mode: http://ru.wikipedia.org/wiki/Коломенский_завод – the free. – of the screen. – russian language.
7. Mikhailov, S.M. Traditional and nonconventional seminar of the Union of Designers of Russia in Zheleznovodsk // Design Revue. – 2004. – №1–4. – P. 97–99.
8. Mikhaylov, S.M. Three aspects of reconstruction of street Soviet in the Orenburg. By results of XIV scientifically-design seminar of the Union of Designers of Russia // Bulletin of the Orenburg state university. – 2005. – №9. – P. 11–13.
9. Mikhaylov, S.M. Sovetskaya, Nikolaevskaya... XIV scientifically-design seminar of the Union of Designers of Russia in Orenburg // Design Revue. – 2005. – №1–2. – P. 11–22.
10. Orenburg [Electronic resource]. – Access mode: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Оренбург> – the free. – of the screen. – russian language.