

СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ
RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION

СМОЛЕНСКОЕ
РЕГИОНАЛЬНОЕ
ОТДЕЛЕНИЕ

ДИЗАЙН ПРЕЖДЕ ВСЕГО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРОЕКТ



АДМИНИСТРАЦИЯ
СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ



АДМИНИСТРАЦИЯ
ГОРОДА СМОЛЕНСКА



КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ
ЦЕНТР
ИМЕНИ ТЕНИШЕВЫХ



**СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ**
**RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION**

СМОЛЕНСКОЕ
РЕГИОНАЛЬНОЕ
ОТДЕЛЕНИЕ

ДИЗАЙН ПРЕЖДЕ ВСЕГО

Идеей международного проекта «Дизайн прежде всего» является выявление молодых и талантливых лидеров в сфере культуры, искусства и креативных индустрий. Объединение и повышение квалификации профессиональных и молодых дизайнеров Смоленской области, России и Белоруссии. Развитие и популяризация дизайна на территории Смоленской области, формирование туристической привлекательности региона.





Глава города Смоленска
Андрей Борисов

Одна из важнейших задач современного дизайна состоит в разработке рекомендаций по формированию целостной и гармоничной городской среды, а именно, определение нового кода визуальных ценностей и, в то же время, сохранение исторического образа города.

Эта задача как нельзя более актуальна для древнего, уникального по своему историческому наследию Смоленска. И с ней, на мой взгляд, успешно справляются дизайнеры Смоленска, России и Белоруссии, объединившиеся в творческое сообщество, приносящее в городские локации новизну, эстетику, привлекательность.

Реализуемый в областном центре международный проект «Дизайн прежде всего», направленный на формирование высококомфортных городских общественных пространств, не умаляет, а подчеркивает значительный историко-культурный потенциал Смоленска, и я от всей души желаю дизайн-сообществу дальнейших творческих достижений на благо нашего города и его жителей.




Президент Союза Дизайнеров России
Виталий Ставицкий

Дизайн – это межиндустриальная нейросеть креативных индустрий, которая упаковывает современные технологии и конкурентные преимущества, формирующие новую реальность и систему управления бизнесом и экономикой страны.

Формируя дизайн политику нашей страны мы создаем устойчивое, инклюзивное и человекоориентированное общество, для которого понятие комфортной среды и счастливого образа жизни граждан и будущих поколений становится приоритетным и интеллектуальный потенциал выходит на лидирующие позиции, развивая креативное образование, когнитивную науку, формируя новые рабочие места и направления в бизнесе и экономике Российской Федерации.

Хочу поблагодарить и пожелать руководству Смоленской области, города Смоленска и членам Смоленского регионального отделения Союза дизайнеров России успехов в реализуемых проектах и программах в сфере развития индустрии дизайна, которые нам позволят ответить на все глобальные вызовы сегодня и завтра, которые встанут перед нашей страной.



ИНДУСТРИЯ
ДИЗАЙНА
И КРЕАТИВНАЯ
ЭКОНОМИКА



Современный мир немислим без созидания и разработки нового.

Креативные индустрии, и в частности промышленный дизайн, являются драйвером этого процесса.

Хочу обратить внимание всех, а особенно молодых людей, только выбирающих свой путь, именно промышленный дизайн формирует качество нашей жизни, конкурентоспособность промышленности и развивает инновации.

Это удивительная профессия, полная свершений, буквально каждый день радует удовольствием от творческих успехов!



Сергей Смирнов

Генеральный директор «Смирнов Дизайн»
Директор Центра исследований и разработок МГХПА им С.Г. Строганова





НЕ НУЖНО РОМАНТИЗИРОВАТЬ ДИЗАЙН: О ПРОМДИЗАЙНЕ И ОБ ОТНОШЕНИИ К ПРОФЕССИИ

Как руководитель компании SmirnovDesign и член экспертного совета Минпромторга России еще с середины 90-х годов работаю в сфере промышленного дизайна. В моем портфолио есть российский луноход «Селеноход», медицинская техника и сетевые фильтры Pilot. В своей работе я решаю коммерческие задачи клиента и мериле ее успеха это возврат инвестиций. На вопрос об особенностях профессии дизайнера и о том, чем дизайн отличается от декоративно-прикладного искусства, могу сказать следующее.

В то время, когда мы начинали профессиональную деятельность в сфере дизайна, мы были очень молодыми людьми, которые вдруг попали в свободный рынок, начинавший расти. Профессионально мы формировались без определенной системы, все сидели на форумах, переписывались, пытались заявить о себе. Это было время поиска. В нулевые мы сложились как команды и как бренды.

В 10-е годы мы уже стали носителями опыта, которым хочется делиться. К примеру, в прошлом году я начал преподавательскую деятельность в Строгановке, это моя альма-матер, в которую я

вернулся с обучающей миссией. Сейчас я параллельно возглавляю свою компанию «Смирнов Дизайн» и Центр исследований и инновационных разработок МГХПА им. Строганова, а также читаю курс лекций для магистров. Таким образом, совмещаю коммерческую, научную и образовательную деятельность и очень рад, что начал отдавать наработанный опыт.

Если говорить в целом о промдизайне, то сейчас созревает культура бизнеса, который заказывает услуги дизайнеров. Конечно, по-прежнему встречаются люди, делающие это в первый раз, люди, которые страдают каким-то избыточным романтизмом, но все-таки культура повышается. Это означает, что клиенты понимают, что такое промышленный дизайн, для чего он нужен и какие процедуры нужно пройти, чтобы достичь успеха. В 90-е годы очень многое было на авось, наобум «нарисуй мне покрасивее, я там дальше сам разберусь», сейчас все уже более или менее структурировалось.

Насколько работа промдизайнера далека от творчества интересная дилемма, о которой я говорю со студентами. Истоки ее лежат в двойственном значении термина «дизайн». Мы всегда хотим его немного романтизировать, все время в нем видим поверхностную декоративистскую часть, а внутренность нам не интересна, мы не хотим об этом думать. Я как-то наткнулся на цитату

главного редактора английского журнала Designand Manufactures от 1849 года - это время промышленной революции, за два года до первой промышленной выставки в Лондоне. Он писал о том, что дизайн, с одной стороны, это внешние эстетические ценности, с другой это очень глубокое понимание всех связей успеха продукта, и технологических, и бизнес-задач. Для большинства людей дизайн это первое, а не второе, что, на самом деле, является более важным. Термин возник и сразу появилась проблема восприятия, которая существует до сих пор: все хотят видеть некую магию дизайна, решающую все проблемы разом, но на самом деле ее не существует. Есть дизайн, который удивляет и является эмоциональным прорывом. Мы смотрим и говорим: «Wow!», но при этом все вещи, которые нас окружают, были созданы дизайнерами и продуманы, мы их не замечаем, просто пользуемся, включаем пультом телевизор или нажимаем кнопку на электрическом чайнике, не обращая на него особого внимания.

Если вещи не сделаны дизайнерами мы с вами их видели во множестве 40 лет назад, то они неразумны. У меня есть собственное определение, которое хорошо определяет мою позицию: «Промышленный дизайнер – это межотраслевой интегратор в области создания новых продуктов». Все профессионалы, с

которыми я разговаривал, соглашаются с ним, а те, кто романтизирует профессию и считает, что дизайнеры делают арт-объекты, не понимают такого жесткого утрированного определения. Следует отметить, что существует близкая область творчества декоративно-прикладное искусство. И если вы создали объект, основная ценность которого эмоциональность, желание зацепить нас, произвести впечатление, и ничего более, то это и есть декоративно-прикладное искусство, а не дизайн. Дизайн часто предполагает массовое производство, какие-то дополнительные функции маркетинговые, социальные, технологические.

За успех продукта отвечает не только дизайнер. Роль дизайна легко может быть уничтожена, если основы экономики подорваны или хромает логистика. Например, Йотафон это хорошо проработанный продукт, в нем все было грамотно сбалансировано, но он не стал популярным. Телефоны это очень экономически и логистически сложный продукт, как их разработка, производство и выход на рынок. Как бы прекрасно не сработали дизайнеры, как бы красиво это не было сделано, пусть даже лучшими европейскими или американскими дизайнерами, результат может быть таким же просто потому, что сама система сложна или какие-то ее части не

работают. В нашей работе важно попытаться учесть это, предвидеть, решить эти проблемы, но не все они во власти дизайнера.

Говоря о том, надо ли учить промдизайну в бюро или достаточно освоить в университете, следует отметить, что до конца понять весь процесс можно только в бюро, но есть школы, которые хорошо готовят. Я по-прежнему считаю, что в УралГАХА лучшая кафедра, курс Брагина. Все брагинцы молодцы. Сейчас у меня работает молодой и талантливый дизайнер Иван Щипунов, как раз из них, мне его посоветовал преподаватель академии. Также с нами работает еще одна выпускница Виктора Брагина, ведущий дизайнер Екатерина Григорьева, которую я считаю лучшим дизайн-аналитиком России. Я также надеюсь, что мой приход в Строгановку очень сильно поднимет ее авторитет и уровень кафедры промдизайна. Думаю, что уже можно утверждать, что Строгановка становится хорошей школой, и я приложу все силы, чтобы она стала номером один.

В промдизайне нужно учитывать все спектры и факторы, которые влияют на успех. Этому я учу своих студентов-магистров. В луноходе и в фильтре для воды они абсолютно разные, задача дизайнера их выявить. Это могут быть бизнес-задачи, материаловедение, эргономика, изнеженный и избалован-

ный потребитель, который должен понять, почему именно этот продукт он должен купить. И это непростая задача. У лунохода нет потребителя, но есть ученые, операторы, пиар, который он в себе несет, и те миллионы людей, которые его увидят, что накладывает огромную ответственность на дизайнера. Специфика разная, а вот идея межотраслевой интеграции универсальна.

ДЕРЗАЙ КОД! ДИЗАЙН-КОД КАК ПЛАТФОРМА РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Понятие «дизайн-код» появилось относительно недавно и прочно вошло в использование дизайн-сообществом в решении проблемы модернизации городской среды. Согласно определению, дизайн-код представляет набор правил и принципов проектирования, требований и рекомендаций по вопросам формирования городской среды. Стандартом комплексного развития территорий установлено, что дизайн-код, наряду с мастер-планом и объемно-пространственным регламентом, является базовым инструментом формирования комфортной городской среды. Дизайн-код создает единую, стилистически грамотно выстроенную городскую среду, формирует эстетически привлекательный облик города, с помощью удобной системы навигации помогает ориентироваться в пространстве, решая задачи безопасности и комфорта. Он объединяет правила размещения и оформления внешнего вида вывесок, входных групп коммерческих помещений, нестационарных торговых объектов и рекламных конструкций, городской мебели и элементов навигации.

В новейшей истории нашей страны тренд был задан Студией Артемия

Лебедева, которая одна из первых массово стала разрабатывать решения в области дизайн-кодов территориальных образований, городского брендинга, яркой имиджевой и сувенирной продукции. Однако еще в советское время специалистами ВНИИТЭ и тогдашним дизайн-сообществом (одним из дизайнеров проекта был Валерий Акопов) в рамках подготовки оформления летних олимпийских игр в Москве в 1980 году был разработан и реализован беспрецедентный по своим масштабам графический комплекс. Кроме узнаваемого и самобытного персонажа олимпийского мишки художника В. Чижикова были разработаны универсальная навигация, форма спортсменов, большое количество полиграфической продукции и сопутствующих имиджевых товаров (календари, плакаты, спортивная атрибутика, оформление авиа- и автобусного транспорта).

Другим примером является логотип-икона Милтона Глейзера I LOVE NY и транспортная навигация для нью-йоркского метро, разработанные выдающимся американским дизайнером итальянского происхождения Массимо Виньелли. Изучая цельность замысла, точность и глубину проработки подобных графических комплексов, находишь ключ к пониманию истинного потенциала пространственных дизайн-систем, к



коим потенциально может относиться дизайн-код любого города.

Основным преимуществом внедрения единого дизайн-кода в городскую среду является снижение визуального шума, систематизация визуального каркаса улиц, когда вывески, наружная реклама и прочие информационные носители собираются по единым шаблонам, подчиняются прописанным стандартам и пронизаны единой визуальной концепцией. Внедрение такой системы с визуальной точки зрения наилучшим образом отразится на городской среде, поможет сохранить и показать архитектурную ценность исторических зданий, которые ранее могли быть закрыты разноstileвыми рекламными вывесками. При этом

повышается информативность носителей, исчезает "лоскутность" рекламных поверхностей, которые в обычных ситуациях стараются перекричать друг друга, появляются информационная иерархия и регламенты управления визуальной составляющей, формируется единый образ городской среды.

Важной частью индивидуализации и систематизации городского пространства является разработка малых архитектурных форм, конструкций опор освещения, ограждений, городской навигации, имиджевых и праздничных конструкций, арт-объектов. Внедрение элементов уличной инфраструктуры в общий дизайн-код расширяет инструментарий для управления средой, увеличивает возможности программирования территории. Частным случаем использования подобных комплексов являются центральные пешеходные улицы в период юбилейных преобразований или в рамках программ благоустройства, исторические кварталы малых городов, музейные и арт-кластеры, знаковые общественные пространства. Включив в свод правил проработку цветового паспорта фасадов и кровель, реставрацию отделки и элементов аутентичной архитектуры можно поднять на еще более высокий уровень качество и узнаваемость городской среды, усилить эффект от внедрения регламентов.

В летний период и раннюю осень особое место занимают растительный каркас, цветочные и кустарниковые композиции, природные доминанты, а в межсезонье, в отсутствии продолжитель-



ного дневного света, атмосферная уличная и архитектурная подсветка. С помощью таких, относительно доступных средств можно добиться ощущения безопасности, камерности, уюта и

праздничного настроения, которые особо ценят жители города, туристы, художники и фотографы, а также скрыть недостатки городского ландшафта.

Говоря о возможностях света, стоит

упоминать исторический прецедент праздник света в Лионе (Франция). Начало этого грандиозного и ставшего уже традиционным фестиваля относится к 1643 году, когда по всей Европе нача-

лась эпидемия чумы. Городские власти приняли решение обратиться за помощью непосредственно к Деве Марии.

В итоге Лион стал единственным городом Франции, практически обойденным эпидемией.

освещать более трехсот общественных зданий города.

В 2002 году праздник был заменён Фестивалем Огней, который проходит в течении четырёх дней и собирает огромное количество туристов со всего мира



Со временем праздник приобрел чисто светский характер, а муниципалитет увидел в праздничной иллюминации действенный инструмент повышения привлекательности «города, его стен и архитектурных сокровищ».

В 1989 году администрацией города был утвержден «План Освещений», согласно которому планировалось

(ежегодно в эти дни Лион посещает около трёх миллионов туристов).

Для подготовки такого рода предложений требуются компетенции не только графических, но и средовых дизайнеров, уличных художников, декораторов, архитекторов и урбанистов. К тому же не стоит забывать, что конечный результат лежит в плоскости интересов бизнеса в

сфере услуг, туризма, ритейла, индустрии впечатлений. А значит без маркетологов и пиарщиков тут тоже не обойтись. Всё это создает предпосылки для синергии и вовлечения большего числа участников будущих преобразований, выводит нетворкинг на новый уровень, позволяет говорить о формировании общей визуально-коммуникационной парадигмы в сувенирной продукции, в упаковке еды и потребительских товаров, в издательских проектах. Буклеты, путеводители, книги по истории и историям города, настольные игры и наборы открыток, авторские постеры и иллюстрации станут знаковыми туристскими атрибутами, позволят транслировать идентичность далеко за пределы дестинации.

Сегодня знакомство пользователя с любимым продуктом, услугой или дестинацией начинается с личного кабинета на сайте или в приложении. Именно из интернета он получает основное знание и впечатление о продукте, находит нужную новостную сводку, заказывает доставку, осуществляет бронирование или покупку. Цифровая среда также бесспорно обязана носить «ДНК» общей дизайн-системы.

При таком подходе дизайн-код становится не просто инструментом для быстрого наведения визуального порядка в городской среде, а эффективной

платформой для ее развития. Становится инструментом сбора инициатив, творческой реализации для разных представителей креативных индустрий, культурным феноменом и общественным достоянием. Прокладывая путь от утилитарной задачи к задаче, наполненной смыслами, образами и ясной мотивацией, междисциплинарные команды смогут проектировать умную, востребованную среду.

Таким образом, бизнес получит инструменты развития, жители удобный для жизни город, туристы яркие эмоции и впечатления.

Но есть еще один аспект, который имеет отношение к дизайн-коду территориальный брендинг. Идеальное руководство по развитию городских визуальных коммуникаций просто обязано содержать вышеупомянутый блок, более того с него оно должно начинаться. Коммуникационная платформа, система логотипов, цветовая палитра, типографика могут быть определены еще на стадии разработки самого территориального брендинга и приумножены в системе вывесок, указателей, наружной рекламе и мерче. В лучших примерах, к которым относятся графические комплексы для Мельбурна, Порто, Хельсинки, Парижа и другие, дизайнеры руководствовались именно такими принципами.

Сегодня дизайн-код активно внедря-

ется в городах России. Москва, Санкт-Петербург, Казань, Нижний Новгород, Дербент, Рыбинск, Палех, Оренбург, Иркутск это лишь малый перечень городов, в разработке дизайн-кодов



которых приняли участие российские дизайнеры.

Внедрение дизайн-системы — процесс еще более сложный, чем ее создание. Факторами сдерживания могут выступать инертность городских властей или общественности, отрицательная реакция бизнеса, считающего грядущие изменения дополнительными расходами,

а значит нагрузкой на себя. А зачастую на качестве решений сказывается элементарное отсутствие кадровых компетенций или низкая квалификация проектировщиков. Вместе с тем положительная динамика уже задана, необходимое

количество прецедентов создано и у тех команд, которые только начинают процесс осмысления и формирования будущего дизайн-кода, есть все шансы сделать качественный и востребованный продукт.

Смоленск, дерзай!

**LOW-TECH – «ДИЗАЙН ОТ СОХИ...»
или как сэкономить на стройке**

На создание и описание такого подхода натолкнуло меняющееся время. Уход патриархального (сельского) образа жизни и приход цифровой эпохи рассло-



или дизайн на «Высокотехнологичный» и «Архаичный», при котором бытовые предметы создавались индивидуально, ремесленно, поштучно.

Возьмём, к примеру, пряник или коромысло. Они больше не производятся, но являются предметами архаичного дизайна. В каждом дворе хозяин изготавливал разную утварь простейшими инструментами, адресуя её своей жене, дочке, сыну.

С переходом сельского хозяйства в аграрно-промышленное производство эти предметы, приспособления, изделия утратили свою функцию, но потребовали переосмысления, переформатизации.

И их много...! Недопустимо, чтобы эти



артефакты горели в кострах и гнили бесхозно, поскольку содержат энергетику предков.

Описываемый взгляд (метод) это попытка продлить им «жизнь» и ввести в современность в другом качестве. Белорусская поговорка, звучащая в переводе как «...строгай, строгай сыночек, придет папка и топориком поправит..» наилучшая иллюстрация



развитости бытового ремесла в каждой семье, дворе, деревне.

LOW TECH это, когда ничего острее топора, вручную, индивидуально, с иронией переосмысления. Это такой пост-модернизм в предметном дизайне, в интерьерах, в строительстве жилья, основанный на архаичных традициях, несущий в будущее следы прошлого.

Обобщённо это дизайн «от сохи», как



альтернатива High-Tech технологиям, блуждающим по планете, как наивысшее достижение архитектурного искусства.

Главная задача Low Tech - получить актуальный дизайн с минимумом затрат и времени. Умеренность, рачительность, неизбыточность стала мировым трендом, образом жизни. Каждый строит свой «рай на земле» по своему разумению и достатку.

Кратко опишем метод создания и приведём визуальные примеры.

Рекомендации при реализации:



1. Отыщите «своего» дизайнера, архитектора.

Опытный профессионал может строить без проекта, поскольку вы вместе видите цель и ведёте игру «вьем гнездо». Дизайнер в этой игре аниматор, координатор и дозатор, играет в команде с заказчиком. Эскиз, концепция, эмоция это программа, следуя которой на



стройке реализуются индивидуальность инициатора проекта посредством накопленных им денег.

2. Используйте принцип «Айкидо» или «Не плюйте против ветра».

Используйте уже вложенную энергию, сделанного до вас.

3. Изобретайте!

На любой материал, предмет, можно посмотреть нетрадиционно. Совмещайте на первый взгляд несовместимое.

4. Не следуйте традиционному строительному мышлению!



Кто сказал, что в ванной обязательно плитка или на полу должен лежать паркет?

5. Не покупайте лишних материалов.

Остатки со складов дешевле и развивают творчество. Принимайте оказию как подарок судьбы и летите дальше!

6. Включайте «зелёное» мышление.

На самом деле человеку не так много и надо. Роскошь необязательный атрибут



счастливой жизни.

7. «Фильтруйте базар».

Маркетинг каждого приобретения экономит деньги, но не время. Принимайте решение за 10 секунд.

8. Стройте быстро и решительно.

Сделанное на одном дыхании эмоционально ценнее, чем выстраданное и замученное трудным выбором. Темп реализации важен! (Любое плохо сделанное лучше ничего не сделанного).

9. Резервируйте работу для своего самовыражения.



Иногда эмоциональная покраска стен или предмета делает весь интерьер.

10. Не советуйтесь с некомпетентными друзьями или «интернетными» заблуждениями.

Как «правильно»? не знает никто, кроме вас, вашей интуиции и вашего дизайнера.

11. Помните, что любой цвет сочетается с любым, если его сочетает ваш дизайнер.

12. Избегайте дорогих и трудоёмких процессов.





13. Помните, что стоимость строительства увеличивается лишь на гонорар «изобретателя-фантазера-дизайнера», но в этом случае вы будете жить в «шедвре», а не в «банальном ремонте».

14. Понятие «бюджет» в такой игре – неуместно.

Созданная вашей энергией «прибавочная художественная стоимость» в разы превысит ваши затраты.

Следуя этим правилам вы «увидите» мир своей композицией и материализованной энергией. И не бойтесь нетрадиционного результата. Когда вы найдёте



достаточно денег, вы сможете «доделать» уже созданную основу.

В век «клипового мышления» сам Бог велел в интерьере применять цитаты из прошлых культур, фрагменты материальной эстетики, повторять ремесленные технологии.

Приведенные примеры взяты из реализованных интерьеров вышеописанным методом в творческой мастерской Трусова А.Г. в г. Минске.

+ 375296111707
www.a.trusov.com
instagram: @atrusovcom

АРТ-ПРОЕКТЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Наряду с другими глобальными экономико-политическими и социально-культурными процессами, происходящими в современном обществе, повсеместная цифровизация вошла во все сферы жизни и деятельности человека. Искусство всегда, как зеркало, отражало общественные изменения, происходящие в мире. И изобразительное искусство не осталось в стороне от этих процессов.

Можно сколько угодно спорить о том, хорошо это или плохо, но очевиден тот факт, что если не использовать цифровые технологии, то можно оказаться на обочине. Чтобы быть успешным в своей профессии и идти в ногу со временем, получать не только профессиональное, но и материальное удовлетворение от своей работы, необходимо изучать и использовать цифровые технологии. Тем более что подобного рода инновации сегодня значительно расширили круг творческих интересов и открыли новые возможности и горизонты для современных художников.

Использование цифровых технологий в музейных и галерейных пространствах получило активное проявление на рубеже XX - XXI вв. Это было связано с быстрым развитием технических средств и цифровых технологий. С 1990-х годов отече-

ственными исследователями анализируются процессы интегрирования и влияние компьютерных технологий на экспозиционные пространства выставок. Надо заметить, что сфера культуры особое направление, где сильны традиции классической школы. Тем не менее, в последние годы активно внедряются технологии арт-менеджмента и цифровые технологические новинки, которые открывают новые возможности, формы интерактивности, способы творческого использования компьютерного потенциала в создании экспозиции, презентаций и хранения информации.

Как подчёркивал музейевед, сценарист музейных экспозиций, кандидат исторических наук Т.П. Поляков: «Музей это не абстрактный институт социальной памяти. Он начинается и заканчивается там, где начинается и заканчивается музейный предмет, то есть подлинный материальный свидетель историко-культурных процессов, явлений и событий современности. Технологии позволяют расширить информационное пространство музейной экспозиции и с помощью технических средств показать предмет в контексте виртуального пространства, которое даёт возможность представить атмосферу времени существования предмета» [Поляков Т.П. Мифология музейного проектирования. М., 2003]. Выставочная деятельность всё сильнее

подвергается воздействию технических новшеств и сегодня можно с уверенностью говорить о глобальной цифровизации выставочной индустрии. Важно, чтобы эти трансформации шли параллельно между выставочными площадками и участниками выставок, поэтапно и системно взаимодействуя и планомерно переплетаясь во всех деловых, производственных и социально-культурных формах.

Цифровые технологии для художников и их выставочной деятельности достаточно разнообразны. Сегодня можно нарисовать картину с помощью компьютерных программ (digitalart – цифровая живопись) или оцифровать картины, выполненные с использованием традиционных технологий (холст, масло и т.д.), разместить их в социальных сетях и продвигать с помощью технологий сторителлинга. Рисование доступно в специально разработанных для художников компьютерных программах: Tilt Brush, Open Brush, CoolPainter VR, Graffiti Paint VR, Kingspray Graffiti Simulator, Painting VR, AR magic 3D: новое слово в AR/VR реальности и др.

Художникам можно создать свой персональный сайт или зарегистрировать личный кабинет на сайтах - маркетплейсах: OpenSea.com (США), artnow.ru (Россия), artalebrio.com (Россия), bizar.art (Россия), Artsy.net (основатель Дарья

Жукова и Венди Денг, США), Artland (Дания), artmajer.com (Франция), carredartistes.com (Франция), artfinder.com (Великобритания), singularart.com (Германия), oilyoil.com (Россия), saatchiart.com (Франция), vernissage365.com (Россия), Artlot24.ru (Россия) и др.

Технологии NFT (NonFungibleToken) – технологический, революционный тренд 2021 года. В 2012-2013 гг. появились так называемые «цветные монеты» или токены единицы учёта в системах блокчейн. Блокчейн – база данных транзакций участников системы. Токен – это не что иное, как цифровое представление актива, которым может быть любая сущность, имеющая видимые и подтверждаемые свойства объекта, в том числе картины. Художниками всего мира ведётся активная работа с незаменимыми токенами на растущем рынке цифровых активов. Технологии NFT – многовекторные и, учитывая их огромный оборот, можно с уверенностью сказать, что рост стремительный и он будет продолжаться.

В рамках нашего исследования, рассмотрим более подробно те цифровые возможности, которые автор статьи практически использовала в организации групповых арт - проектов 2022 года, а именно в онлайн - выставке «Художники - педагоги о весне» и в художественной выставке «Екатеринодар - Краснодар», которая проходила в смешанном форма-

те (офлайн и онлайн).

Онлайн - выставка «Художники - педагоги о весне» состоялась в марте 2022 года и собрала воедино 200 работ художников-педагогов из 20 художественных вузов России. Объединяющая тема художественно-образное состояние весны, цветов, любви, позитивных эмоций и выразительных пейзажей разных географических мест России. Все картины участников были сформированы в электронный каталог, который можно скачать по следующей ссылке. В планах дальнейшей работы создание сайта, где будет представлена интерактивная карта России, и, нажав на соответствующую геоточку, можно будет прочитать историю факультета и увидеть картины художников - педагогов этого учебного заведения. На наш взгляд, одно из немаловажных достоинств в подобного рода проектах отводится опыту методического взаимодействия между художественными факультетами в России.

«Екатеринодар – Краснодар» следующая выставка, которую мы рассмотрим в данной статье. Она открылась в галерее Кубанского государственного университета, а позднее в концертном зале органной и камерной музыки г. Краснодара. Это комплексный арт-проект, состоящий из выставки 40 картин 22 краснодарских художников, каталогов на



ekatkras.ru

русском и на английском языках, электронного сайта выставки.

Цель арт-проекта «Екатеринодар – Краснодар» – зафиксировать уходящий образ старого города, который быстро исчезает в новизне современности и новой застройке. Важно сохранить идентичность, уникальность, самобытность старого города Екатеринодара и проникновенно рассказать о личных эмоциях и впечатлениях авторов картин. Помимо традиционного размещения изображения и данных по картине, фото художников проекта, в каталоге дополнительно собран и представлен материал по биографии автора и описанию его творческого стиля.

Таким образом, цифровые технологии это эффективный способ, позволяющий расширить информационное пространство экспозиции выставки, максимально её транслировать и масштабировать, территориально не замыкаясь в пределах выставочной городской площадки. Это действенное средство работы с информацией, интернет-продвижения, поиска, ввода, обработки, систематизации, каталогизации данных и др. Цифровые технологии для художественных выставок это результативные помощники в презентации и продюсировании художника или выставки, в рекламе и продвижении его профессиональной деятельности.

ЗАКАЗЧИК И ИСПОЛНИТЕЛЬ. КТО, КОГДА И ПОЧЕМУ НЕ ПРАВ ИЛИ КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ПРОЕКТ ВЫЖИЛ?

В графическом дизайне я работаю уже более 30-ти лет. А с недавних пор я стал сотрудничать в своих проектах с маркетологом, что оказалось очень эффективным тандемом. Обсуждая в процессе работы алгоритмы действий, мы сошлись во мнении, что очень часто заказчики неправильно понимают свою роль в проекте, не разбираются в механизмах, которые двигают или, напротив, тормозят. В обсуждении сходных проблем родился материал этого доклада. Он применим не только в дизайне, но и в других отраслях. Можно смело брать эти методы и применять везде, где есть взаимодействие заказчика и исполнителя. В нем собраны советы для успешной работы обеих сторон.

1. Стороны проекта. Про выживание проекта я упомянул не случайно. Часто отстраненность клиента от процесса ведет к увеличению сроков работ, недопониманию и даже прекращению сотрудничества, не достигнув результата. Большая часть клиентов считает, что их роль в проекте ограничивается постановкой задачи и оплатой. А между тем, в проекте работают обе стороны. Заказчик и исполнитель. Каждый выполняет свою

функцию. У каждого в проекте есть свои обязанности. И если с обязанностями исполнителя клиенту более-менее понятно, то о своей части работы по договору он редко задумывается.

Пожалуй, самой главной обязанностью заказчика является быстрая и качественная обратная связь. Она суперважна, так как это, в большинстве случаев, является главным тормозом проекта. Исполнитель может быть очень эффективен и продуктивен. Но, если клиент задерживает обратную связь и медлит с ответами неделями, а порой и месяцами, то работа не может быть закончена в намеченные сроки. В моей практике бывали случаи, когда клиент «думал» более полугодом. Естественно, что и проект замирал на те самые полгода. Конечно, в таких случаях от нервного ожидания спасает стопроцентная предоплата, но и в этом есть серьезные минусы. Качественная работа над заказом подразумевает погружение в тему, поиск информации, фактуры. А когда клиент «выныривает» через полгода раздумий и объявляет: «я готов, давайте работать», то приходится заново перезагружаться, чтобы опять войти в проект. Это отнимает время и силы. К тому же вы можете в это время оказаться заняты другими задачами и заказами.

Поэтому, когда во время переговоров клиент задает вопрос о сроках исполне-

ния, я всегда отвечаю, что это полностью зависит от него самого.

2. Чей проект? Успешный дизайн-проект это всегда положительное решение проблемы заказчика!

Дизайнер не реализует за счет клиента свои творческие амбиции. Для этого существуют различные творческие конкурсы и личные проекты. Клиент всегда обращается для того, чтобы дизайнер решил его проблему с помощью своего дизайна. Если вы не решили эту задачу, значит, такая работа не нужна. Хороший дизайн это, в первую очередь, расчёт, а уже потом полёт творческой мысли. Собственно, и творческая составляющая здесь заключена в том, чтобы найти оригинальное решение задачи. Это был камешек в огороде дизайнеров.

Но и в сторону клиента тоже есть что бросить...

Нередко в работе с клиентом всплывает вопрос: для кого делается дизайн? И ответ не всегда очевиден. Если вы художник и пишете картину для интерьера заказчика, то тут всё ясно – ваша работа нацелена непосредственно на заказчика. А если вы делаете фирменный стиль компании или упаковку для продукта, тогда ваша работа ориентирована на конкретную целевую аудиторию, с которой ваш клиент может не иметь ничего общего. И часто стоит задача убедить клиента в том, что, несмотря на

то, что ваш дизайн лично ему не по нраву, он работает и выполняет именно ту задачу. Задачу, которую вы оба преследовали с самого начала: заинтересовать потенциального клиента в покупке определенного продукта.

3. Продающего дизайна не существует! К сожалению, клиентская публика «отравлена» мифом о «продающем дизайне». Это миф и не более того. Еще ни разу, ни один дизайн ничего не продал сам.

Продают всегда люди с помощью вашего дизайна или без него, но это всегда делают люди.

Представьте себе человека, который сидит за деревянным столом и пытается забить в стол большой гвоздь голыми руками. Получается не очень, точнее никак не получается. И вот ему дают молоток. Удобный, красивый, новый. Человек говорит: «Классный молоток!». Потом кладет его рядом на стол и продолжает пытаться загнать гвоздь в стол руками. Молоток это дизайн, который сделали клиенту для решения его задач. Если он будет его применять, правильно применять, то будет результат. А если он будет просто лежать где-то в папке на сервере, то толку от него ноль.

Когда клиенты жалуются, что они потратили деньги на ребрендинг или редизайн, а отдачи нет, то хочется крикнуть:

ВОЗЬМИТЕ В РУКИ МОЛОТОК! ПУСТЬ ДИЗАЙН РАБОТАЕТ!

Дизайн это мощный маркетинговый инструмент, который при умелом использовании дает сильные преимущества среди конкурентов.

4. Компетенции сторон. За время своей практики в дизайне я заметил, что уровень грамотности ведения проектов у исполнителей неуклонно растет, чего не могу сказать о клиентской стороне. Возможно причина в том, что через исполнителя проходит больше материала и заказчиков, чем через заказчиков проходит исполнителей. Но я говорю не только о менеджменте и умении вести какие-то творческие проекты. Есть еще юридическая и финансовая грамотность. Эти компетенции должны быть на высоком уровне с обеих сторон.

Менеджеры со стороны клиента, как правило, слабо представляют, как должен двигаться проект, какие должны быть алгоритмы и правила работы с дизайнерскими бюро, а какие при работе с «вольными» дизайнерами. Как контролировать работу с типографией, с агентством наружной рекламы, с разрешительными органами. Для некоторых это происходит впервые в их жизни, а для кого-то это вообще будет единственный случай в практике.

Серьезной проблемой для клиента являются поиски исполнителя с соответствующим профессиональным уровнем.

Где его искать? Сейчас существует достаточное количество различных порталов, которые представляют на своих площадках портфолио творческих специалистов в различных областях. Клиент может искать нужного ему исполнителя, рассматривая работы именно в той специфике, которая требуется для его задачи. Пожалуй, что портфолио является единственным объективным критерием для понимания того, подходит ли специалист для выполнения задачи. Однако и здесь нужно быть осторожным. Не лишне убедиться, что представленные произведения являются работой именно этого исполнителя, а не заимствованы у кого-то или взяты беззастенчиво из фотобанка или коллекции клипартов. Как ни печально, но и такое тоже встречается. Особенно у молодых дизайнеров, желающих наполнить своё портфолио компиляциями чужих произведений за неимением большого количества собственных.

А исполнители должны активно продвигать себя на подобных площадках, чтобы дать клиентам шанс заметить их способности и интересные решения. Но, приступая к работе, не забывайте, что клиент и исполнитель имеют разное образование, разные вкусы, разные взгляды на задачу. Психологические аспекты тоже никто не отменял. Нередко,

во взаимоотношении с клиентом можно встретиться с ситуацией, которую психологи называют «эффектом Даннинга-Крюгера», когда менее квалифицированные люди делают ошибочные выводы и принимают неудачные решения, но не осознают этих ошибок из-за неполноты знаний, умений и навыков, приходя к ложному определению пределов компетенции и завышению представлений о своих способностях, а высококвалифицированные, наоборот, склонны занижать оценку своих способностей и страдать от недостаточной уверенности в своих силах, считая других более компетентными.

Условно говоря, каждый считает себя хорошим дизайнером, футболистом и политиком. Возможно, придется положить немало сил, чтобы убедить заказчика в правильности выбранной вами линии.

5. Возможности сторон по реализации проекта. Каждая сторона, перед тем, как ударить по рукам, должна трезво оценить свои возможности по решению поставленной задачи. Клиент должен оценить свой бюджет по отношению к стоимости услуг исполнителя и возможным сопутствующим расходам, сроки реализации заказа.

Исполнитель, в свою очередь, должен достаточно критично подойти к вопросу своих творческих компетенций и физических возможностей выполнения заказа

в оговоренные сроки. И та, и другая сторона должны иметь по срокам зазор для маневра на случай непредвиденных обстоятельств, как-то болезнь, причины технического характера, изменение ситуации на рынке, влекущее изменение задачи и т.д.

6. Этапы проекта и обязанности сторон. Выполнение сторонами своих обязанностей в ходе работы является важнейшей составляющей ее успешного завершения. Последовательно переходя от одного этапа к другому, не перепрыгивая, не опуская ничего, вы сможете достичь нужной цели и сохранить свои нервы, силы и финансы. Это про всех в этой истории. И про заказчиков, и про исполнителей.

Итак, получив первое касание с клиентом, выслушав его пожелания и суть задания, вы можете начинать. Но это не значит, что вы должны броситься делать эскизы и проводить мозговые штурмы. До этого еще далеко. И даже если клиент пришел с запросом «нужно вчера», то на самом деле, это полностью его проблема. Это он упустил время, когда нужно было бы приступить к работе. Чтобы работать продуктивно, без нервов и в итоге получить свой гонорар, следуйте следующему алгоритму:

- Коммерческое предложение (КП)
- Техническое задание (ТЗ)
- Договор

- Счет
- Начало работы (предоплата)
- Обратная связь
- Авторский надзор (опционально)
- Прием работ.

Есть и некоторые тонкие моменты в этом плане:

- ТЗ нужно делать вместе с клиентом, на основе предварительного брифа. Тогда клиенту сложно будет отказываться от первоначальной цели, и он будет сильнее чувствовать свою сопричастность процессу

- Договор должен быть с предоплатой. Предоплата сильно дисциплинирует обе стороны. Лучше если это будет 100% или хотя бы 50%.

Анализируя опыт последних двух лет, могу сказать, что такой подход позволил мне избежать большого количества проблем с неподготовленными или откровенно недобросовестными клиентами. А с остальными провести работу быстро, успешно и выгодно.

7. Стоимость проекта. Ценообразование. Всегда возникает вопрос, как должен оплачиваться проект? Почасовая или попроектная оплата? Всегда оцениваю стоимость проекта целиком, потому, что в начале пути нельзя реально оценить возможные подводные камни и трудности работы. Да и почасовая оплата может спровоцировать исполнителя на затягивание сроков.

Сколько стоит работа?

Конечно, есть расценки «средние по рынку», но есть еще и коэффициент, который зависит от профессионального уровня и компетенций исполнителя. Чем выше уровень, тем выше гонорар. Потому что это гарантия на получение в итоге хорошего результата и решения той задачи, с которой пришел клиент. Поэтому, повышая свой профессиональный уровень, вы повышаете свой чек на услуги. Постоянно учитесь, тратьте деньги на себя. Они возвращаются. Если вы постоянно развиваетесь, то имеете возможность обоснованно повышать стоимость своих услуг каждые два-три месяца, поскольку возрастает качество ваших работ.

Конечно, клиент может возразить, что вы просите дорого и он может найти исполнителя намного дешевле из числа начинающих дизайнеров или даже студентов профильных заведений. Конечно, может, это его право. Но вот сможет ли он гарантированно получить на выходе такой же результат как у вас? Сомневаюсь.

И если вы в результате такого спора потеряли потенциального клиента или даже реального, то не печальтесь. Он просто освободил вам место для другого заказчика, который скоро займет его место. С некоторыми типами клиентов дешевле не работать. Скорее всего за то

время, что вы потратите на его заказ, вы сможете сделать два-три других за совсем другие деньги и останетесь довольны собой и работой.

8. Решение конфликтов. Авторские права. Все моменты, касающиеся проекта, должны быть прописаны в договоре. Не надо надеяться, что все будет и так хорошо. Не будет! Отсутствие договора палка о двух концах. Даже маститые специалисты иногда допускают подобные ошибки. Закрепляйте свои авторские права. Прописывайте варианты использования в договоре, публикуйте свои работы на интернет-площадках, участвуйте в конкурсах, представляя свои творческие результаты. Ваше участие в таких мероприятиях, а особенно размещение ваших работ в каталогах различных конкурсов и выставок отличный способ обезопасить свои права. Изучайте законодательство РФ в той части, где оно касается интеллектуальной собственности. Это очень полезно обеим сторонам.

9. Заказчик проекта и менеджер проекта разные люди. Не надо их отождествлять. Почему? Менеджеры компаний постоянно меняют места работы. Поэтому нужно поддерживать с ними связь. Таким образом, переходя в новую компанию, этот менеджер и вас может привести к новым заказам, если у вас сложились хорошие рабочие и личные отношения. Да и «сарафанное радио»

никто не отменял. А менеджерам нужно не терять контакты дизайнеров, с которыми они работали ранее. Ну и, конечно, надо понимать, что ругаться с менеджерами проекта не конструктивно. Как правило, они транслируют волю владельца бизнеса, а не свою собственную.

10. Чек-лист работы над проектом.

А вот и вишенка на торте. Сделайте себе такую таблицу и следуйте ей. Тогда вы сможете контролировать проект и избежать множества досадных ошибок. А это дорогого стоит.

	Этапы	Ответств.	Выполнено
1	Определение сложности задачи		
2	Подбор специалиста (по уровню сложности задачи): -Сбор отзывов и рекомендаций - Портфолио - Проверка портфолио		
3	Встреча (онлайн/оффлайн)		
4	Коммерческое предложение		
5	Техническое задание: сроки, контент, материалы, референсы и т.д.		
6	Договор (проверка договора юристом)		
7	Предоплата		
8	Контроль проекта		
9	Корректировки в соответствии с ТЗ		
10	Прием/сдача проекта		
11	Акт		
12	Гарантийные условия		
13	Анализ проекта		

ДЕТСКАЯ ОЛИМПИАДА ДИЗАЙНА РОССИИ 2022

Развитие творческих способностей у детей лучше всего начинать с самого раннего возраста. Кроме обычных занятий рисованием в привычной



обстановке, ребёнку необходимо сравнивать себя и свои успехи со сверстниками для того, чтобы постоянно развивать новые навыки и умения. Лучшим способом для этого является участие в разнообразных конкурсах и проектах, где профессиональная экспертная комиссия даёт объективную оценку детским работам. И если в сфере изобразительного искусства в нашей стране есть большое количество фестивалей и конкурсов самого разного уровня: от федеральных до муниципальных, то в сфере проектного творчества таких конкурсов крайне мало.

Детская Олимпиада дизайна была

задумана именно для того, чтобы дети, увлечённые проектным творчеством (дизайном, архитектурой, техническим творчеством), могли проявить свои способности и быть замеченными на всероссийском уровне. Такой высокий уровень был обеспечен высоким стату-



сом членов жюри, председателем которого стал Президент Российской академии художеств Зураб Церетели.

Главное событие Олимпиады дизайна 2022 – конкурс, проведённый по пяти номинациям: авторский знак, плакат, иллюстрация, дизайн светильника, дизайн мебели. Для объективной оценки все присланные на конкурс работы оценивались в трёх номинациях: участники 10-12 лет, 13-15 и 16-18 лет. В результате проведения первого дистанционного этапа Отборочным комитетом Олимпиады был сформирован шорт-лист из 150

лучших работ. Дистанционный формат дал возможность принять участие в конкурсе ребятам со всей страны без каких либо-ограничений. Работы, отправленные на первый этап конкурса, подбирались сами участниками, их наставниками и родителями. В результа-



те Оргкомитет Олимпиады принял работы от 1200 участников.

В помощь конкурсантам были подготовлены видеообращения от каждого из пяти кураторов по номинациям: Аллы Покрышечниковой, Сергея Фролова, Дмитрия Рекина, Вячеслава Петрухина и Александры Плаксиной. Кураторы подробно рассказывали, как лучше подготовить работы к конкурсу, на что обратить внимание, в какие сроки необходимо уложиться.

Из полученных работ Жюри своим

голосованием выделило 45 лучших, авторы которых были приглашены к участию во втором этапе.

При подготовке Олимпиады планировалось, что второй этап будет проведён в Москве в Международной ассоциации «Союз дизайнеров». Но из-за эпидемио-



логических ограничений проведение очных мероприятий оказалось под запретом. Поэтому второй этап конкурса также проходил дистанционно. В назначенное время (19.12.2021 в 9-00 по московскому времени) все участники, а они представляли восемь федеральных округов России, одновременно получили творческое задание на эл. почту.

Для каждой номинации и возраста были предложены соответствующие задачи, но главное, что требовалось достичь в своих произведениях, – это художественную выразительность, оригинальность и умение показать свои технические навыки. Для Жюри оказа-



лось очень непросто делом оценить работы конкурсантов, так как многие работы претендовали на самые высокие оценки.

Тем не менее выбор был сделан и все узнали имена победителей – оглашение результатов прошло 25 декабря в 15-00 по московскому времени:

- в номинации «Авторский знак» победителями стали: Ника Долгина (10-12 лет, Тула), Ярослав Ярцев (13-15 лет, Тула), Алена Миронова (Кемерово);

в номинации «Плакат»: Владимир Алюхин (10-12 лет, Санкт-Петербург), Екатерина Серякова (13-15 лет, Санкт-

Петербург), Мария Дымченко (16-18 лет, Санкт-Петербург);

- в номинации «Иллюстрация»: Надежда Габдурахманова (10-12 лет, Железногорск), Дарья Кашина (13-15 лет, Нижний Новгород), Екатерина Иваненко (16-18 лет, Псков);

- в номинации «Дизайн светильников»: Софья Новожилова (10-12 лет, Саров), Евгений Галямов (13-15 лет, Краснообск), Илья Севостьянов (16-18 лет, Тольятти);

- в номинации «Дизайн мебели»: Ксения Петрова (10-12 лет, Санкт-Петербург), Софья Юркова (13-15 лет, Киров), Владимир Узкий (16-18 лет, Нижний Новгород).

По итогам конкурса все победители и призёры были награждены именными памятным дипломами, а также призами, которые состояли из наборов профессиональных маркеров, специальной бумаги, инструментов для графики и макетирования.

Опыт проведения Олимпиады дизайна показал, что у российских школьников очень востребовано проектное творчество, где они могут применить не только художественные, но и аналитические, технические, а также научно-исследовательские навыки. Участие в подобных больших проектах становится для многих ребят первым шагом в творческие профессии.

О ВЫВЕСКАХ В ГОРОДЕ

Город Смоленск, как и любой город, имеющий давнюю историю, сталкивается с проблемой установки и эксплуатации информационных конструкций и вывесок. Проблема не новая, но, к сожалению, является актуальной во все времена.

Современный бизнес хочет обозначить себя разными способами на исторических зданиях. Зачастую эти варианты/способы не отвечают требованиям сохранности объектов культурного наследия, создают визуальный шум и попросту вредят и наносят визуальный ущерб восприятию памятника культуры в целом. И Смоленск не исключение.

Исторический центр города имеет свои особенности, которые определены в первую очередь территориально:

- заповедная зона исторического ядра города Смоленска, утвержденная решением 10-й сессии Смоленского городского Совета I созыва от 31.07.97г. № 87 «Положение о заповедной зоне исторического ядра г. Смоленска (историко-культурной заповедной территории), охраняемой государством»;

- историческое ядро города Смоленска определено в соответствии с историко-архитектурным и историко-археологическим опорным планом города Смоленска.

Также на территории города действу-

ют «Правила содержания, ремонта и переустройства фасадов зданий и сооружений в городе Смоленске», утвержденные постановлением Администрации города Смоленска от 03.06.2014 №996-адм. (далее - Правила).

Правилами также предусмотрены: «Ремонт, переустройство, окраска фасадов зданий и сооружений, установка дополнительного оборудования на фасадах зданий и сооружений, являющихся объектами культурного наследия (памятниками истории и культуры) народов Российской Федерации, осуществляются в соответствии с Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

Не смотря на такие строгие условия и отсылку на федеральный закон Правила регулируют размещение вывесок на территории города Смоленска.

Информационные конструкции (вывески) размещаются на фасадах, крышах или иных внешних поверхностях зданий и сооружений, включая витрины и окна, в месте фактического нахождения или осуществления деятельности организации и содержат:

а) сведения о профиле деятельности организации и (или) виде реализуемых ею товаров, оказываемых услуг и (или) их наименование (фирменное наименова-

ние, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, знака обслуживания) в целях извещения неопределенного круга лиц о фактическом местоположении (месте осуществления деятельности) данной организации;

б) сведения, предусмотренные законом Российской Федерации от 07.02.92 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Информационные конструкции (вывески) размещаются на участках фасада, свободных от архитектурных элементов, исключительно в пределах площади внешних поверхностей фасада, соответствующей физическим размерам занимаемых собственником фасада помещений.

На внешних поверхностях одного здания, сооружения допускается установка информационных конструкций (вывесок) следующих типов:

- настенная информационная конструкция - конструкция располагается параллельно к поверхности фасадов объектов и (или) их конструктивных элементов непосредственно на плоскости фасада объекта (далее - настенная конструкция);

- консольная информационная конструкция - конструкция располагается перпендикулярно к поверхности фасадов объектов и их конструктивных элементов (далее - консольная конструкция);

ИНДУСТРИЯ ДИЗАЙНА И КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА // Олег Симоненков // СМОЛЕНСК

- витринная информационная конструкция - конструкция располагается в витрине на внешней и (или) с внутренней стороны остекления витрины объектов (далее - витринная конструкция);

- крышная информационная конструкция - конструкция размещается на

струкциями, установленными в пределах фасада, на уровне линии перекрытий между первым и вторым этажами либо ниже указанной линии;

- элементы крепления должны быть установлены в пределах фасада, до линии перекрытий между первым и вторым

турные элементы зданий (например, оконные проемы, колонны, орнамент и прочие), а также должны быть выполнены в сдержанной цветовой гамме (в том числе из материалов натурального цвета: металл, камень, дерево).

Помимо этого, Правилами предусмотрена разработка архитектурно-художественных концепций внешнего облика фасадов зданий и сооружений объектов муниципальной собственности, а также многоквартирных домов. На собственников зданий и сооружений, а также собственников помещений, имеющих собственный фасад, возложена обязанность привести фасад в соответствие с утвержденной архитектурно-художественной концепцией внешнего облика фасадов зданий и сооружений.

Архитектурно-художественные концепции внешнего облика фасадов зданий и сооружений размещены на официальном сайте Администрации города Смоленска.

Процедура оформления и согласования вывесок подробно представлена в Правилах содержания фасадов и ограждающих конструкций зданий, строений, сооружений, помещений в городе Смоленске.


Управление архитектуры и градостроительства
Администрации города Смоленска
Архитектурно-художественная концепция
внешнего облика фасада здания № 4 по ул. Тенишевой

Приложение
к приказу управления архитектуры
и градостроительства
Администрации города Смоленска
от 30.10.2018 № 27



Требования предъявляемые к внешнему облику фасада:
1. Настенные конструкции (вывески) должны быть размещены в один высотный ряд на единой горизонтальной линии (на одном уровне, высоте) между окнами (или дверными проемами) первого и второго этажей.
Элементы крепления должны быть установлены в пределах фасада занимаемого помещения, до линии перекрытий между первым и вторым этажами.
Размер настенных конструкций (вывесок) должен быть: не должны превышать 0,6м по высоте, по длине – до середины простенков в пределах фасада занимаемого помещения.
Настенные конструкции (вывески) должны быть выполнены из отдельных элементов (букв, обозначений, декоративных элементов) в сдержанной цветовой гамме.
2. Допускается установка консольных информационных конструкций. Максимальные параметры (размеры) консольных конструкций, не должны превышать 0,50 м по высоте и 0,50 м по ширине. Должны быть выполнены в сдержанной цветовой гамме.
3. Допускается установка марша над окнами и дверными проемами по необходимости.
4. Допускается установка козырьков над входами, выполненных из прозрачного материала.
5. Рекомендуется цветное решение переплетов остекления окон и дверей первого этажа допускается любого цвета темных тонов кроме белого.
6. Рекомендуется установка художественной подсветки.
7. Рекомендуется в пределах занимаемого помещения (в простенках) на тротуаре установка декоративных насаждений и малых архитектурных форм.

Условные обозначения:
- - - - - единая горизонтальная линия (середины над окнами первого и второго этажей);
- - - - - место установки информационных конструкций (вывесок);
■ - место установки консольной информационной конструкции
● - место установки декоративных насаждений и малых архитектурных форм.

крышах зданий, сооружений (далее - крышная конструкция).

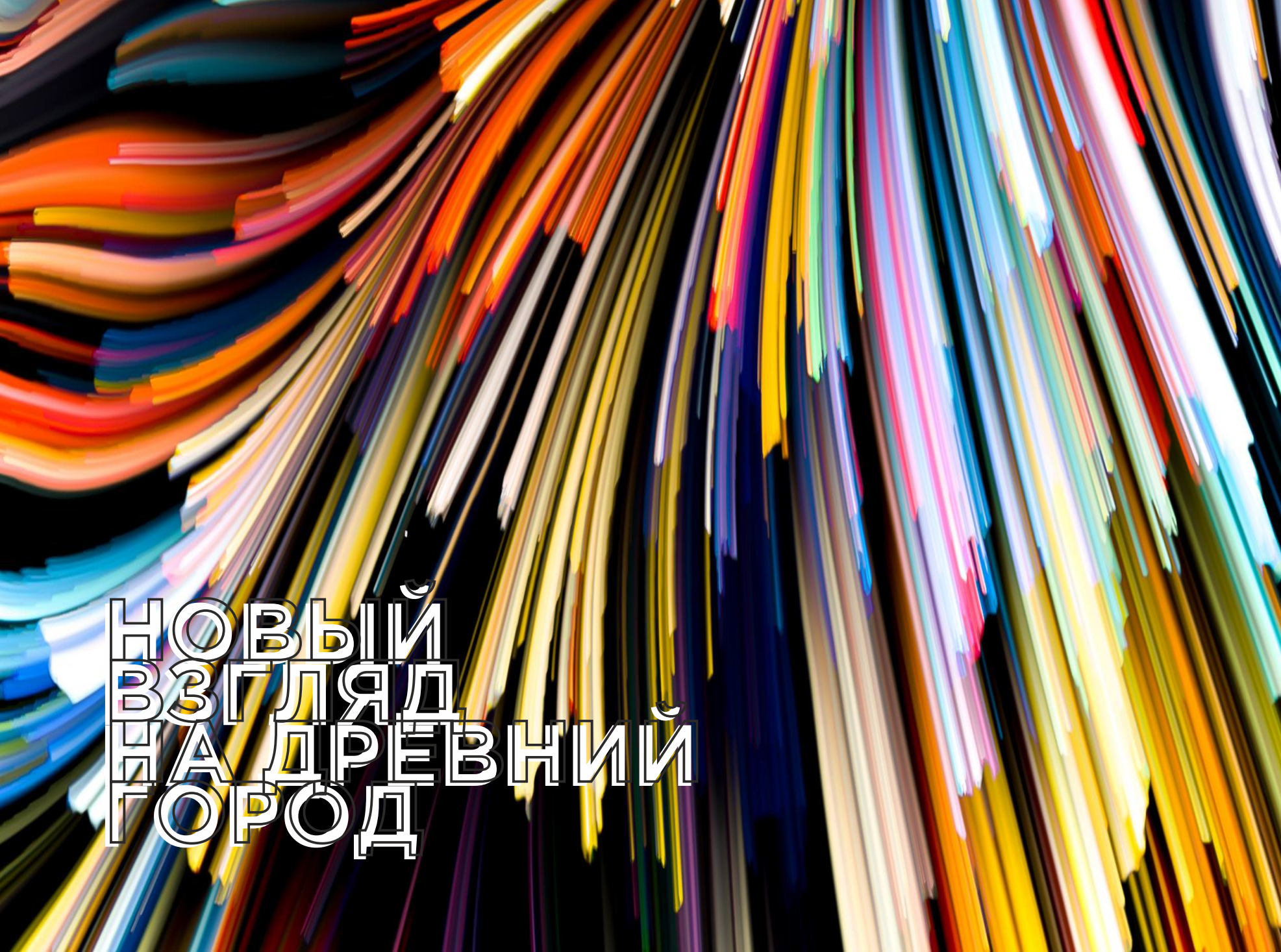
Настенные конструкции, размещаемые на внешних поверхностях зданий и сооружений, должны соответствовать следующим требованиям:

- должны размещаться над входом или окнами (витринами), в простенках между окнами помещений, на единой горизонтальной оси с иными настенными кон-

этажами;

- максимальный размер не должен превышать по высоте 0,50 м;

- настенные конструкции, размещаемые на фасадах объектов культурного наследия, а также объектов, построенных до 1953 года включительно, должны выполняться из отдельных элементов (букв, обозначений, декоративных элементов), не перекрывающих архитек-



НОВЫЙ
ВЗГЛЯД
НА ДРЕВНИЙ
ГОРОД



«Новый взгляд на древний город» – такое название организаторы проекта «Дизайн прежде всего» дали международному дизайн-пленэру. И смысл названия, как нельзя точно отражает концепцию дизайн-пленэра, творческий вектор работы дизайнеров из Москвы, Санкт-Петербурга, Тулы, Иванова, Нижнего Новгорода, Ульяновска, Омска, Уфы, Краснодара, наших друзей из Минска, Витебска, Могилёва – посмотреть на наш древний город своим творческим взглядом, по-новому, как бы со стороны, отметить то, что мы, смоляне, в повседневной суете, порой не замечаем. И разумеется, предложить городу свои проектные концепции, - креативные, неожиданные, порой не вписывающиеся в рамки привычных представлений об активном городском использовании исторических площадей, которыми так богат Смоленск, о предании новых смыслов и функциональных особенностей уютным уголкам древнего города.

Смоленская земля издревле была «перекрёстком цивилизаций». И нам очень приятно, что на целую неделю наш город стал центром притяжения творческих людей из разных регионов России и Белоруссии.

Результатом нашего творческого общения стали живописные работы и дизайн -концепции, представленные на международной выставке по итогам пленэра «Новый взгляд на древний город» в КВЦ им. Тенишевых. А самое главное, что смоленские дизайнеры обрели новых друзей, и эта яркая неделя общения, напряженной творческой работы, обмена опытом, навсегда останется добрым воспоминанием о нас и нашем славном городе!

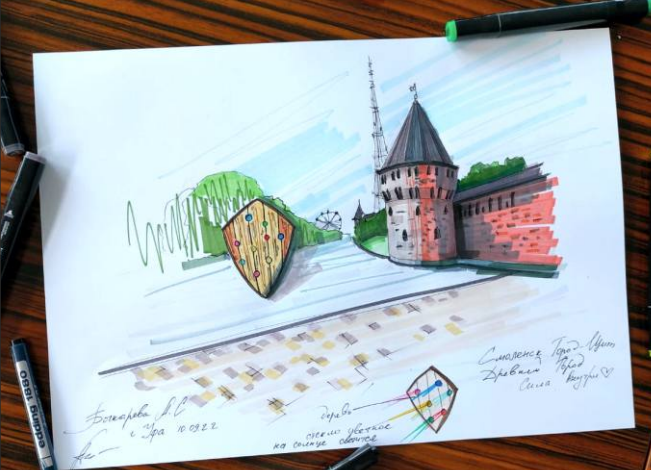
Желаю вам новых успехов и всего самого наилучшего!



Юрий Трусов

Профессор кафедры дизайна Смоленского государственного университета,
заместитель председателя правления общественной организации
«Смоленское региональное отделение Союза дизайнеров России»



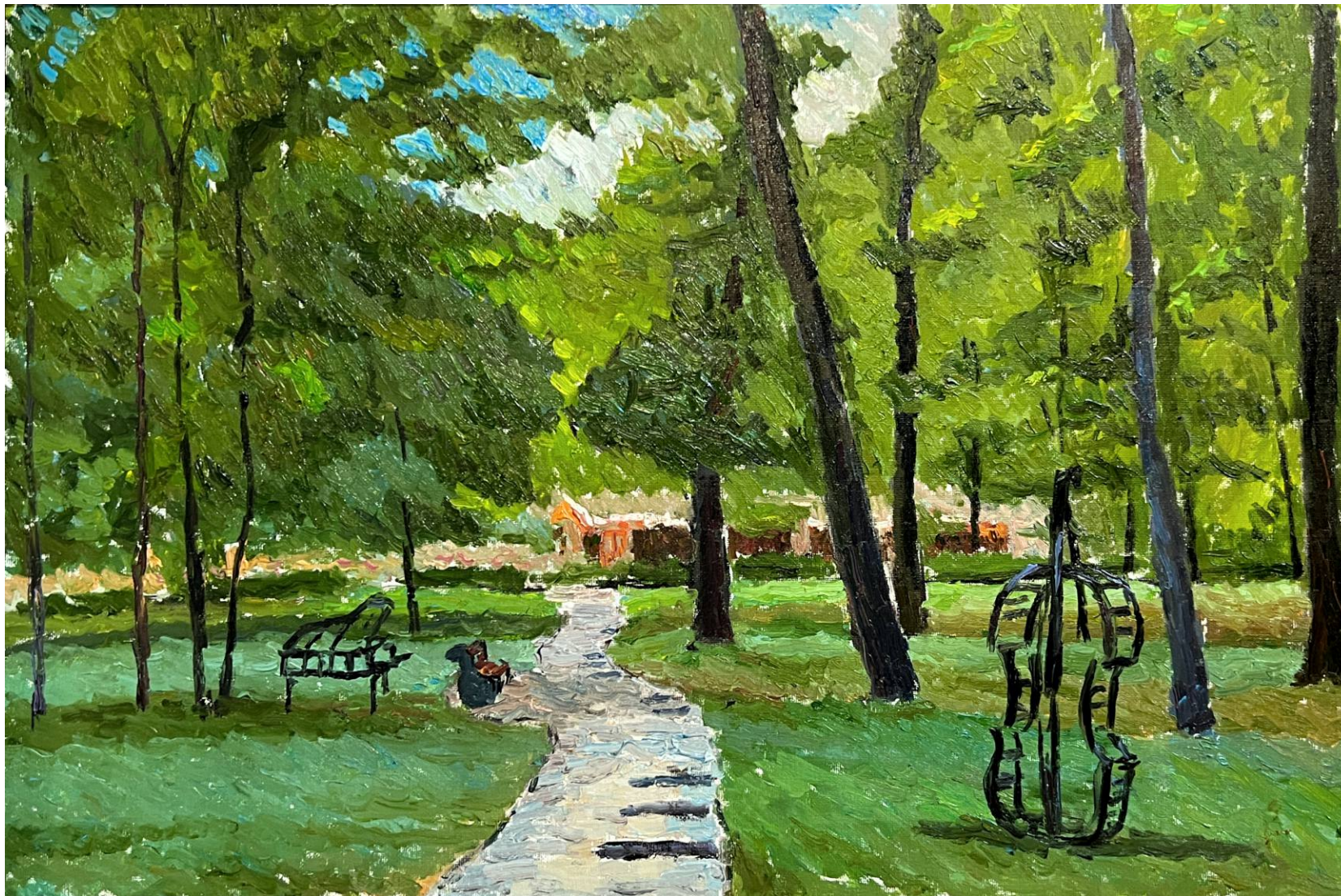


ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ВСЁ МЕНЯЕТСЯ // Александр Казарин // Нижний Новгород // холст на картоне, акрил

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



МУЗЫКАЛЬНАЯ ДОРОЖКА // Александр Котов // Владимир // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ГРМОВАЯ БАШНЯ // Андрей Корнев // Ульяновск // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



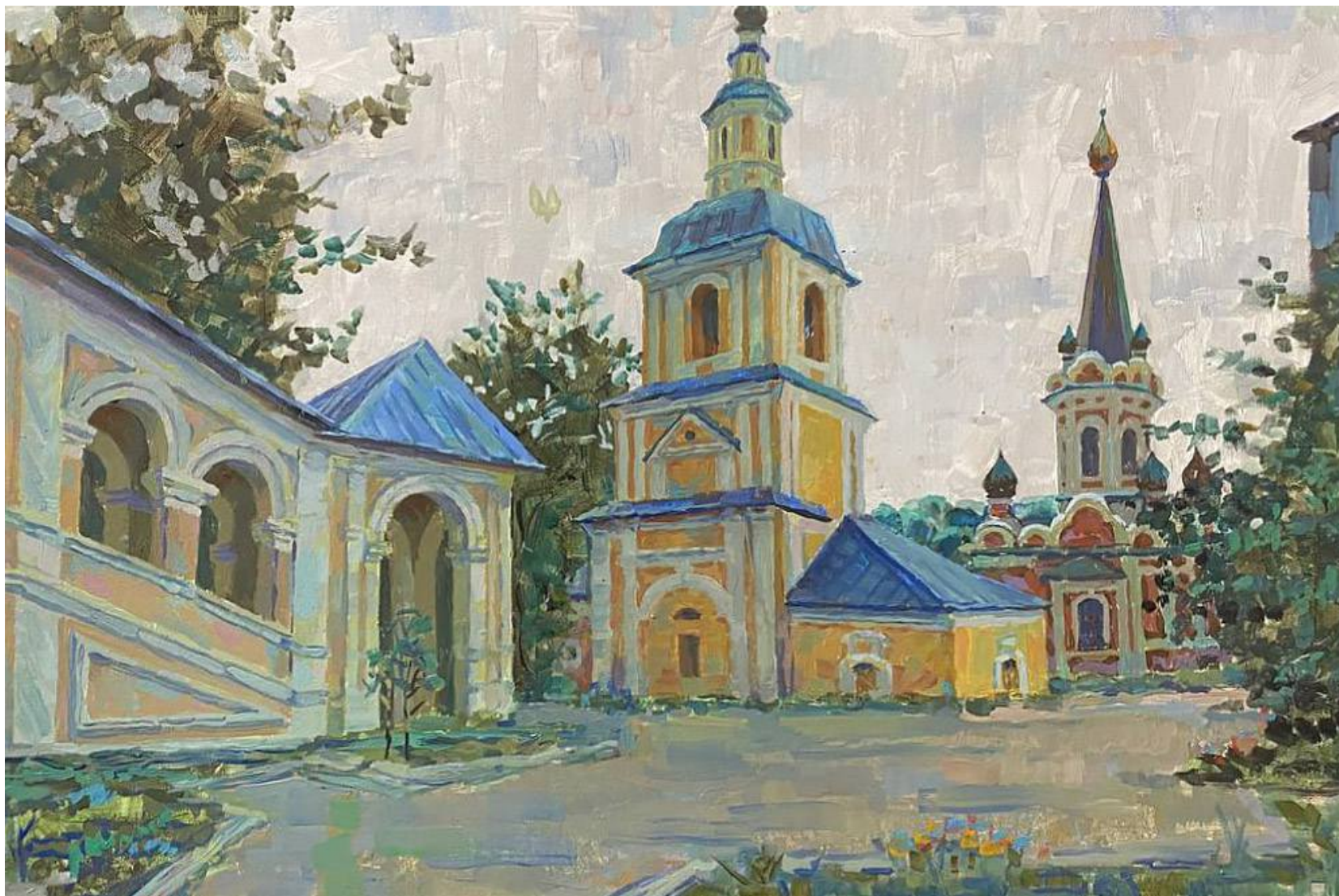
БЕГУЩИЙ ГОРОД // Мила Гаврилова // Москва // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



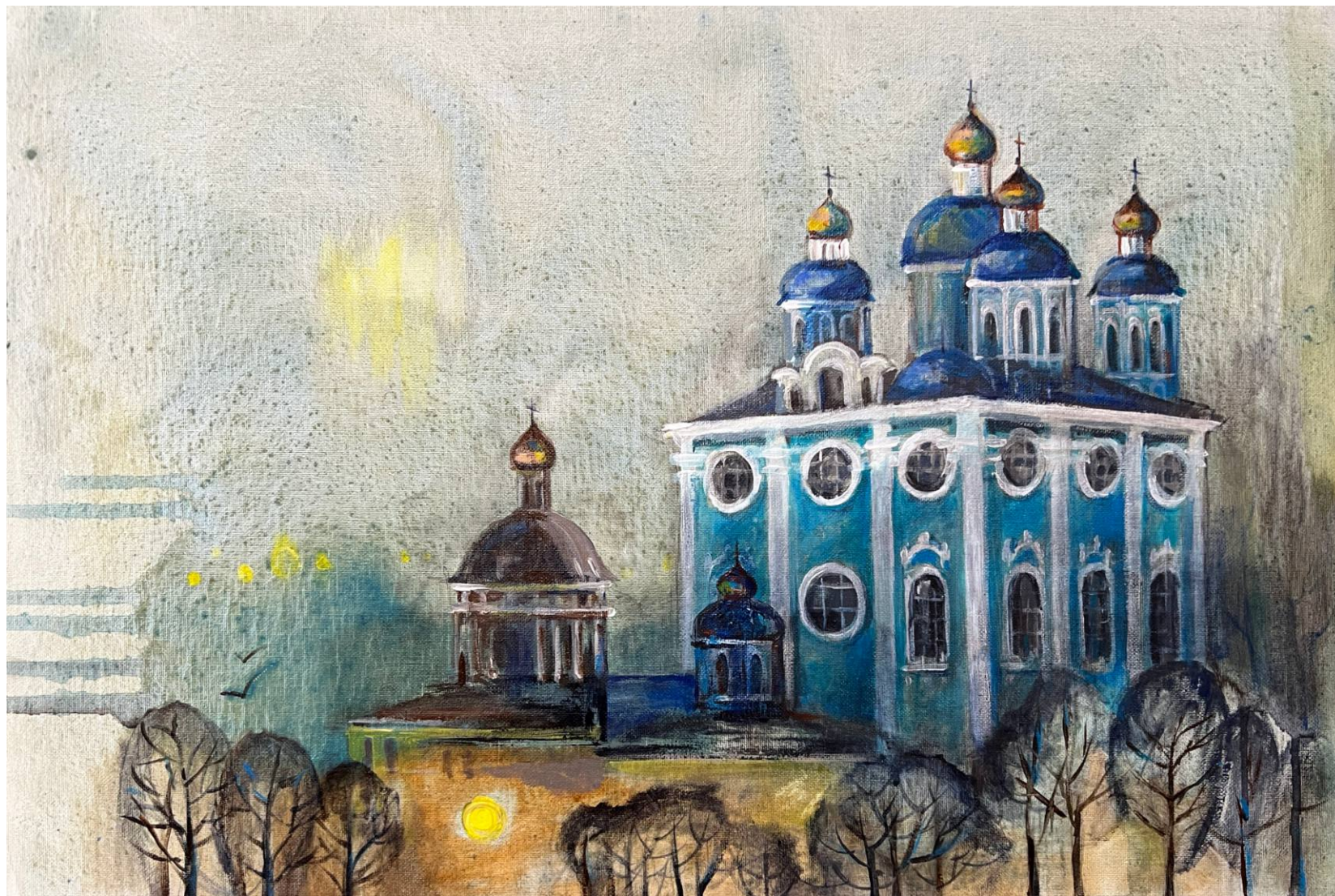
ПЕЙЗАЖ СО СКВОРЕЧНИКОМ // Сергей Богомолов // Смоленск // холст на картоне, акрил

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ХРАМЫ ЗАДНЕПРОВЬЯ В СМОЛЕНСКЕ // Валерия Родионова // Смоленск // картон, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



УСПЕНСКИЙ СОБОР В СМОЛЕНСКЕ // Елена Морозкина // Краснодар // холст на картоне, акрил

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ПОСЛЕ ДОЖДЯ // Наталья Савлучинская // Омск // холст на картоне, акрил

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



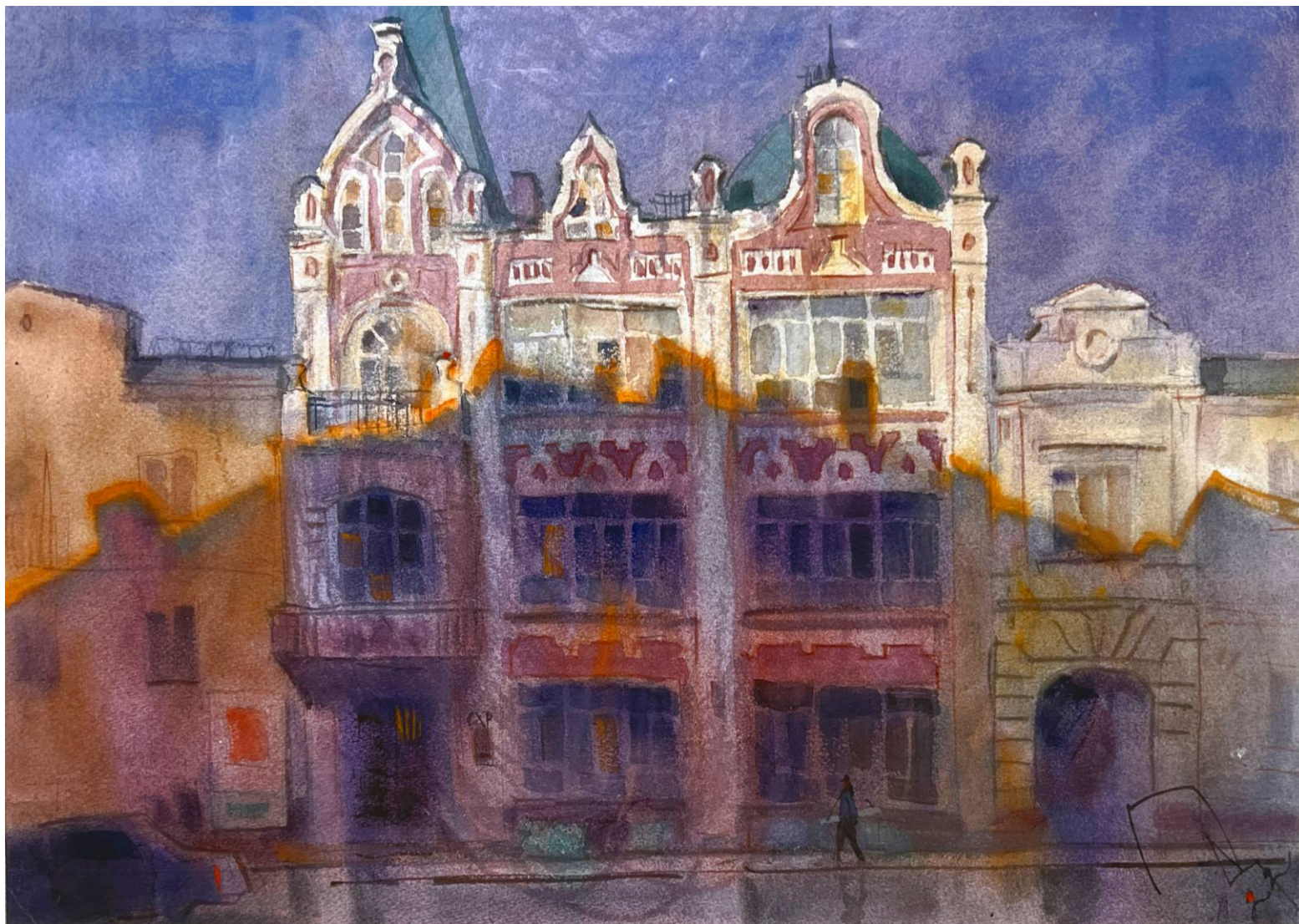
СМОЛЕНСКИЙ РОМАНТИЗМ // Александр Трусов // Минск // бумага, акварель

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



УЛИЦА БОЛЬШАЯ СОВЕТСКАЯ. ВИД НА СВЯТО-ТРОИЦКИЙ МОНАСТЫРЬ // Юрий Трусов // Смоленск // бумага, акварель

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ДОМ ХУДОЖНИКА // Денис Петруленков // Смоленск // бумага, акварель

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



СМОЛЕНСК В ОТРАЖЕНИИ // Лана Куликова // Минск // бумага, акварель

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



СМОЛЕНСКАЯ КРЕПОСТЬ // Татьяна Шутова // Смоленск // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



УЛИЦА Б. СОВЕТСКАЯ // Александр Комаров // Санкт-Петербург // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ВО ДВОРЕ // Ольга Шадрина // Смоленск // холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город

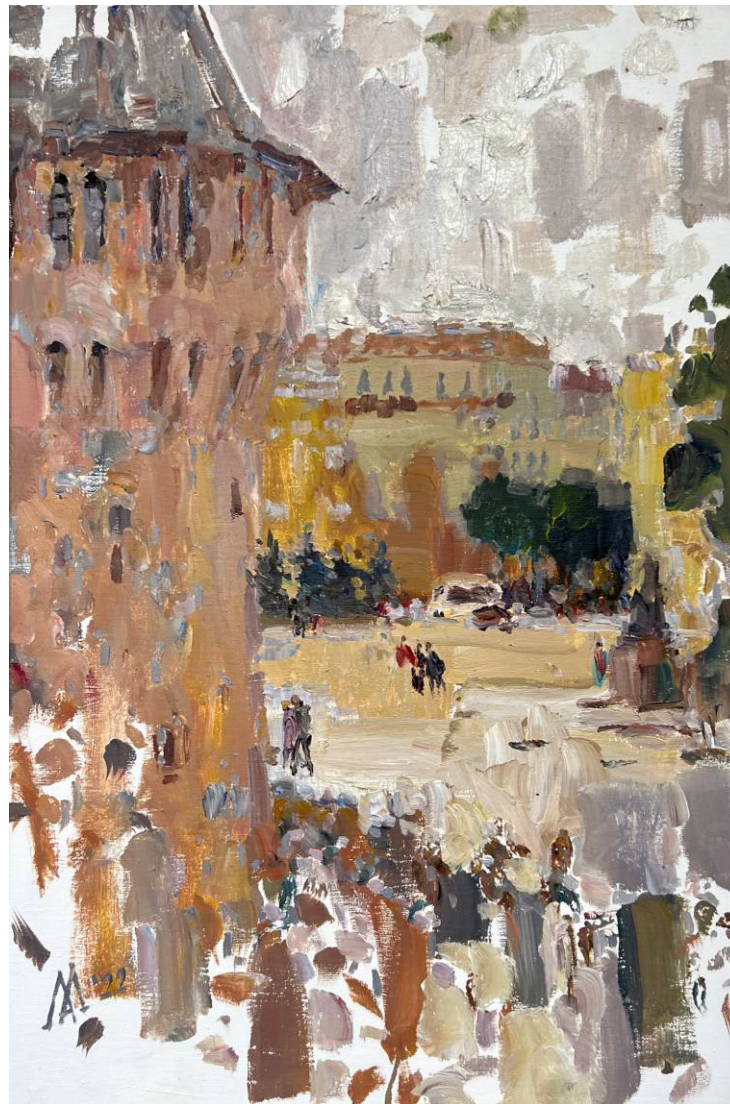


У ПОДНОЖИЯ ХРАМА // Владимир Петьков // Смоленск // абразив, пастель

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город

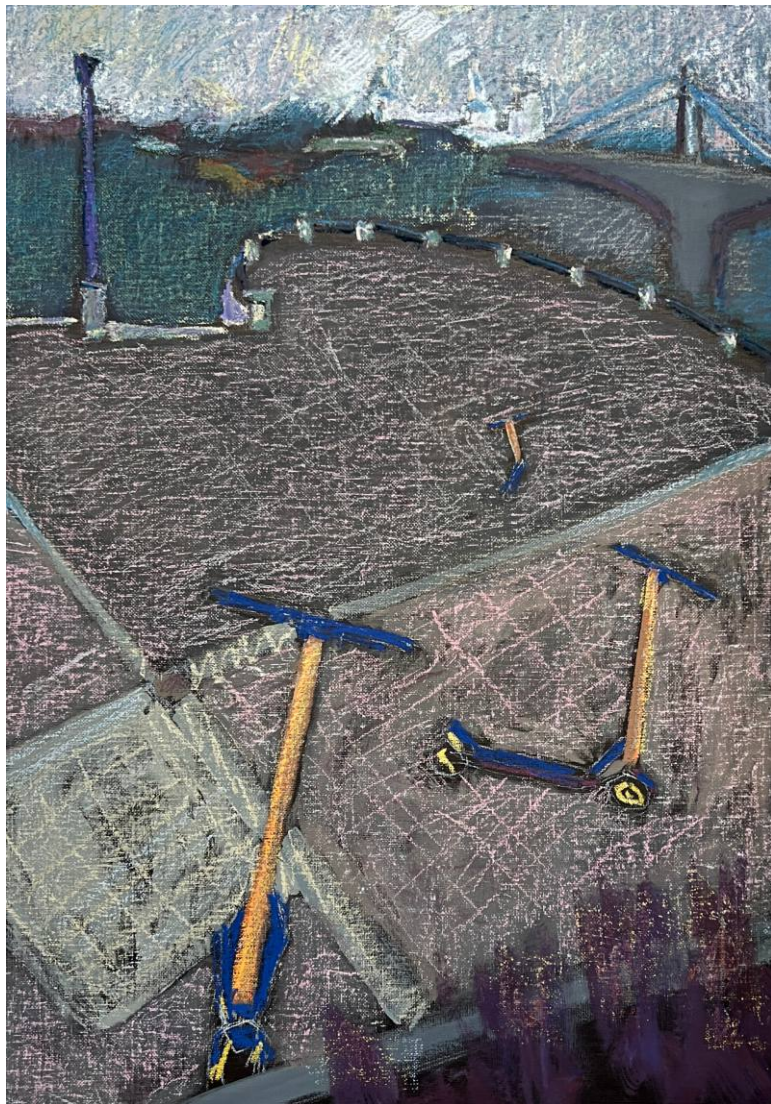


КРАСКИ СМОЛЕНСКА // Елена Казарина
Нижний Новгород // холст на картоне, акрил



НА КРЕПОСТНОМ ВАЛУ // Анна Кушнарева // Липецк
холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



НАБЕРЕЖНАЯ // Владислав Моргунов // Москва
холст на картоне, смешанная техника



ЦВЕТЫ ВО ДВОРЕ // Elizaveta Germanova // Смоленск
холст на картоне, масло

ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



БАШНИ // Светлана Шалаева // Иваново
холст на картоне, масло



СТАРАЯ КРЕПОСТЬ // Виктор Антипов // Тула
холст на картоне, масло

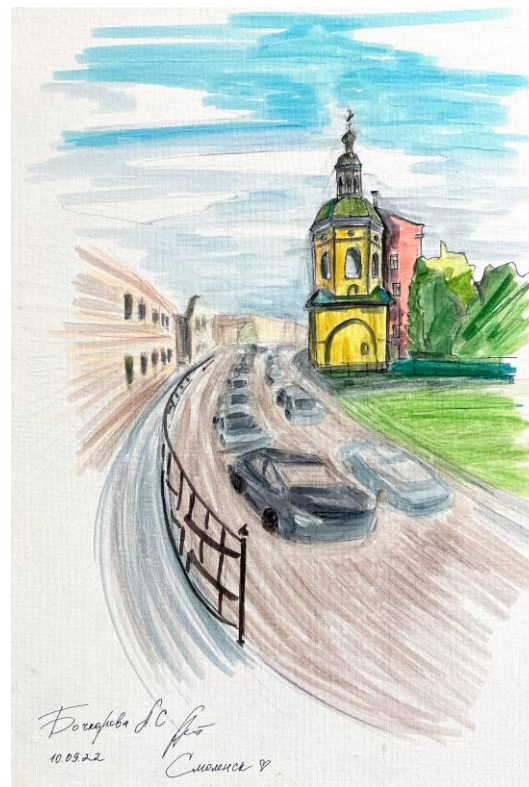
ДИЗАЙН-ПЛЕНЭР // Новый взгляд на древний город



ВИД С НАБЕРЕЖНОЙ
Василий Москалев // Могилев
бумага, акварель

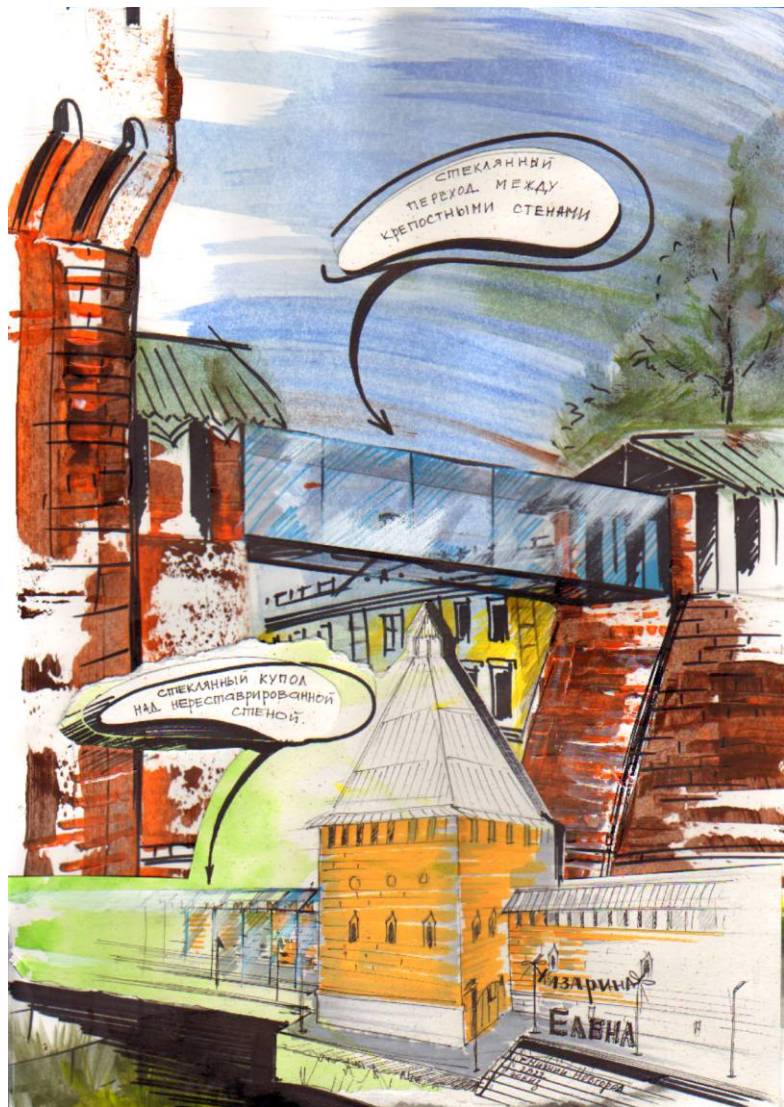


СМОЛЕНСКИЙ КРЕМЛЬ
Юлия Жендинская // Орша
холст на картоне, акрил



СМОЛЕНСК
Анастасия Бочкарева // Уфа
холст на картоне, масло

КОНЦЕПЦИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ // Новый взгляд на древний город

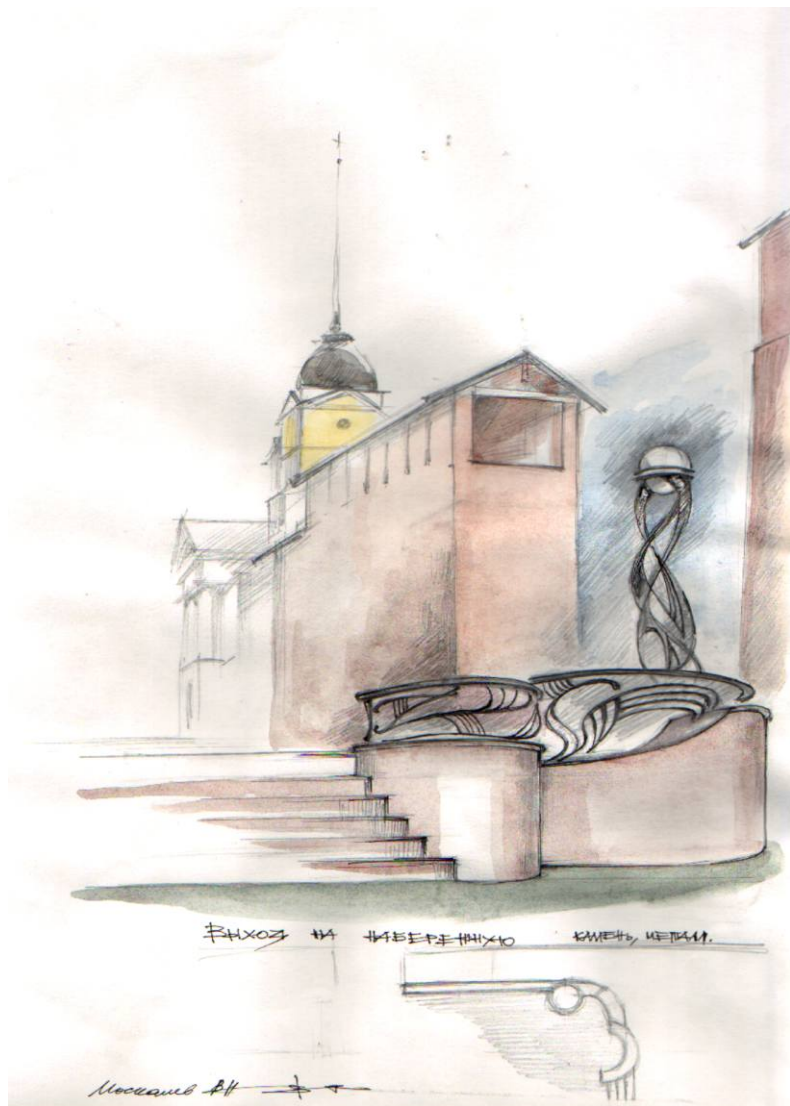


Александр Казарин // Нижний Новгород

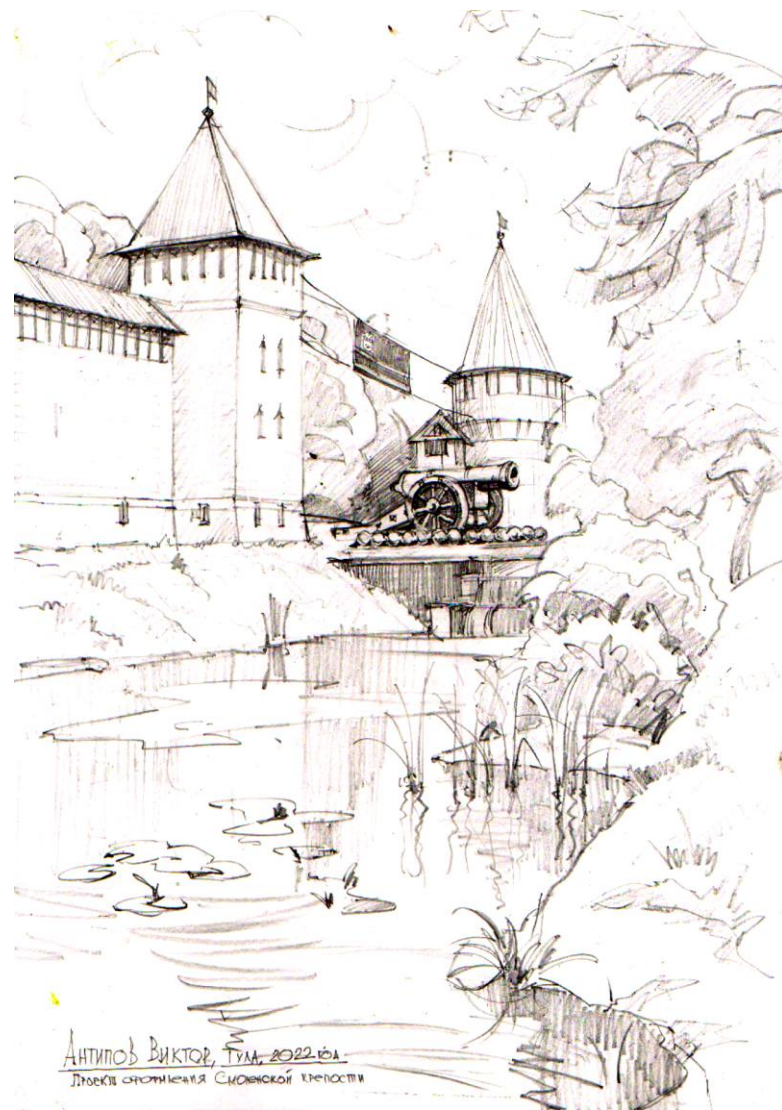


Анастасия Бочкарева // Уфа
10.05.22
А. Сморенка
Бочкарева АС

КОНЦЕПЦИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ // Новый взгляд на древний город

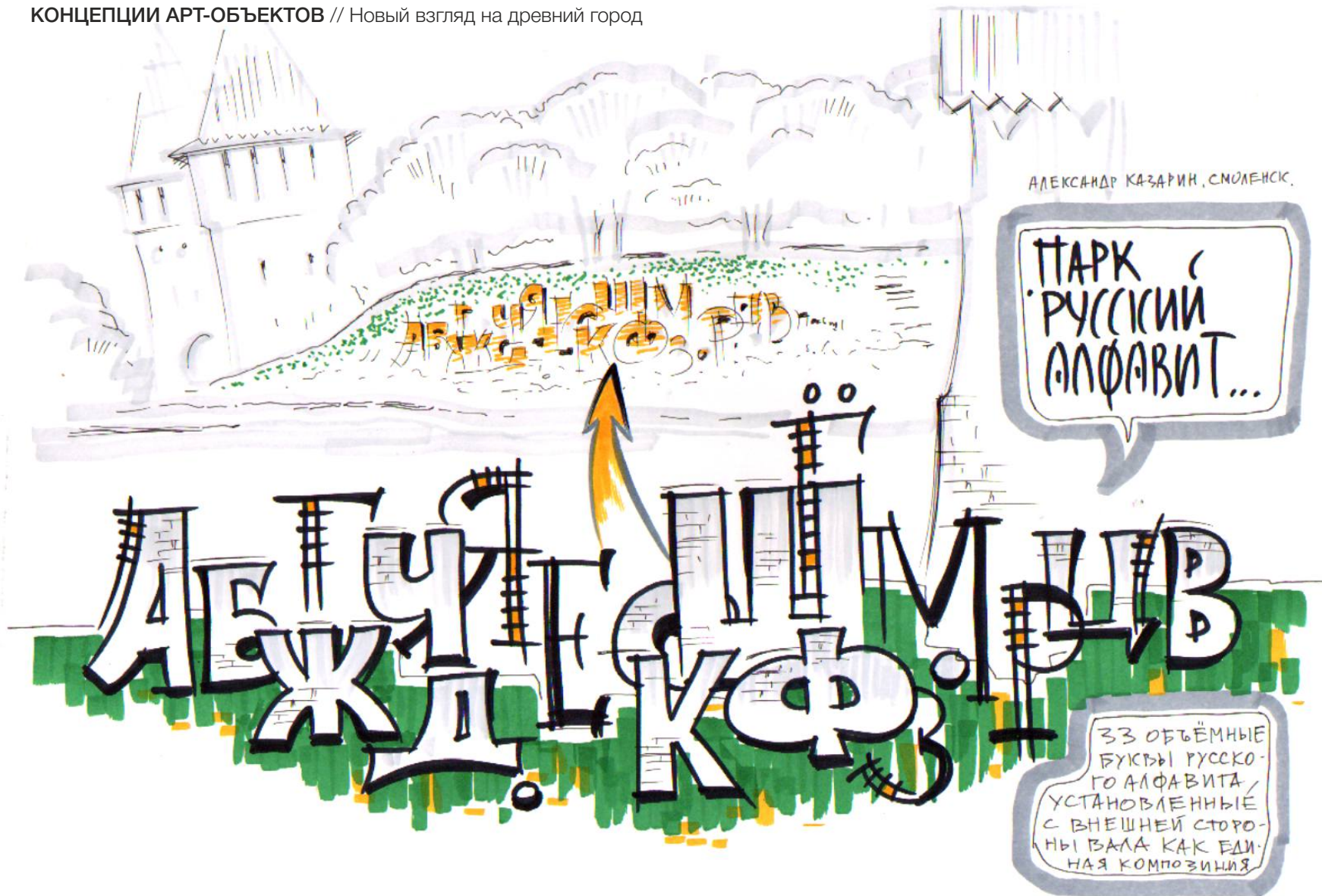


Василий Москалев // Могилев

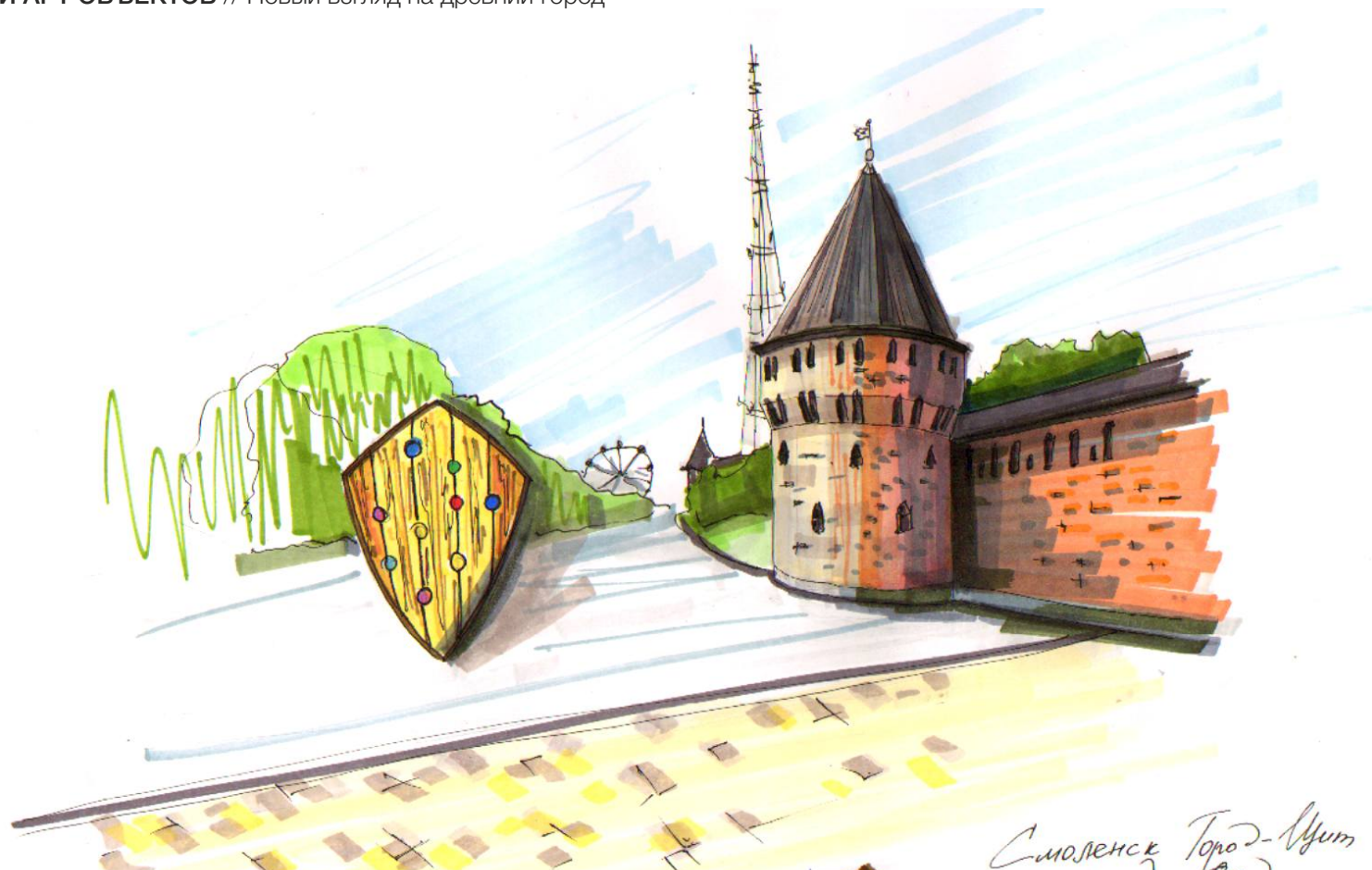


Виктор Антипов // Тула

КОНЦЕПЦИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ // Новый взгляд на древний город



КОНЦЕПЦИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ // Новый взгляд на древний город



Бочкарева А.С.
и Ура 10.09.22
А

дерево
стекло цветное
на солнце светится

Смоленск Город-Музей
Древний Город
Сила красоты ♥

ЧАСЫ НА БАШНЕ

Лампы на ретрансляторе образуют блоки единиц времени по принципу деревянного счета.

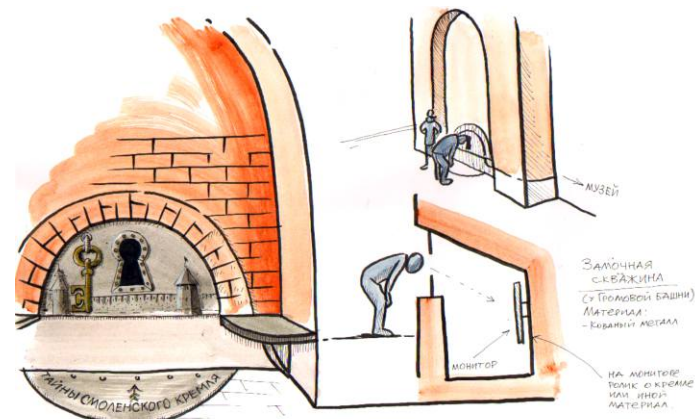
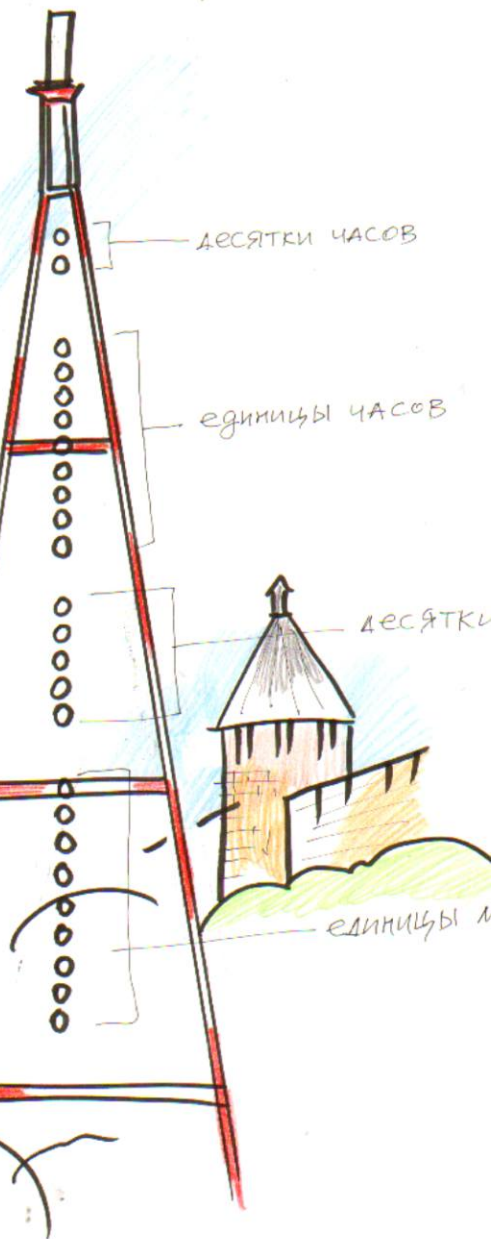


Например, если горит в верхнем блоке одна лампочка, во втором три, то это 13 часов.

С минутами также! Часы будут видно в разных точках города. Блоки ламп могут быть разного цвета.

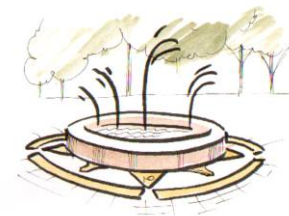
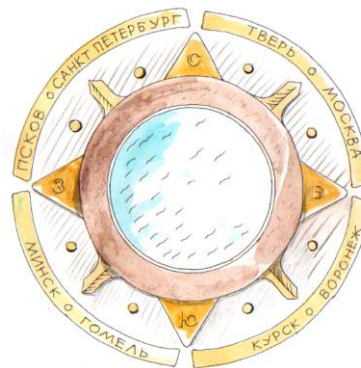
Для проекта нужно 25 ламп и простейшая программа переключения.

Корнев 22



Корнев 22

ФОНТАН-КОМПАС НА БЛОНЬЕ



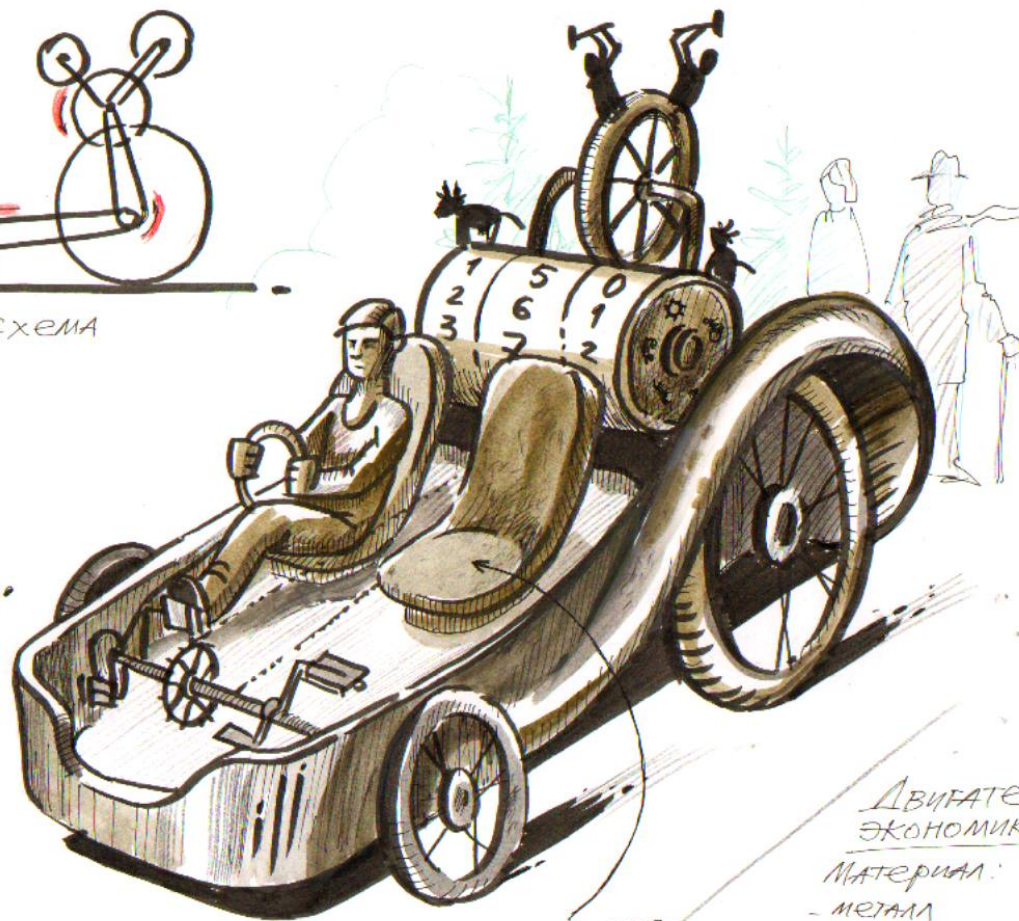
Хорошей площадке с фонтаном в Блонье не хватает наполнения, не хватает информации. Предлагаю использовать бассейн как основу для создания компаса. Вместо городов могут быть указаны улицы и достопримечательности Смоленска.

Корнев 22

КОНЦЕПЦИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ // Новый взгляд на древний город



Идея памятника состоит в создании движущейся конструкции. Абстрактный аппарат, символизирующий экономику, который приводит в движение предприниматель, крутя педали этого аппарата. Аппарат двухместный. На одном месте скульптура предпринимателя. Тело статичное, ноги соединены на шарнирах. Рядом свободное место, куда любой может сесть и тоже покрутить вместе с ним, помочь двигать экономику. В момент, когда рядом садится человек и крутит педали, у скульптуры тоже начинают двигаться ноги, создавая иллюзию, что они вместе «двигают экономику». Привод цепной, по типу велосипеда. От этих педалей будет привод и будут сверху над композицией крутиться элементы разные, создавая динамику. Элементы будут символизировать разные секторы экономики: финансы, тяжелую промышленность, сельское хозяйство и т.п. Движущиеся конструкции больше привлекают внимание горожан и туристов, нежели статичные. Подобный проект может стать достопримечательностью города.



СВОБОДНОЕ МЕСТО
САДИСЬ РЯДОМ
И ПОМОГАЙ
ДВИГАТЬ ЭКОНОМИКУ

Карнев 22



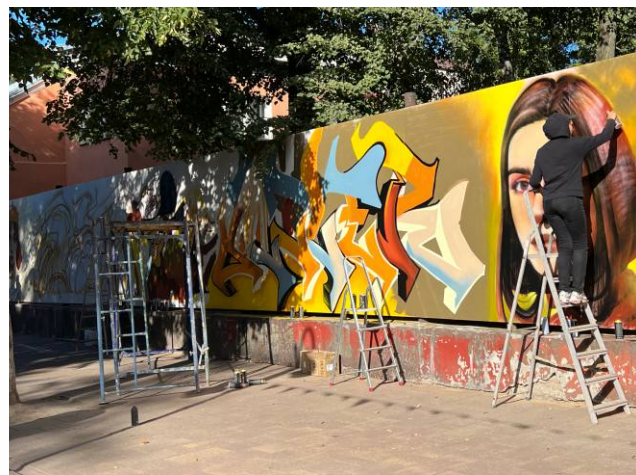
ГРАФ
ФИТИ

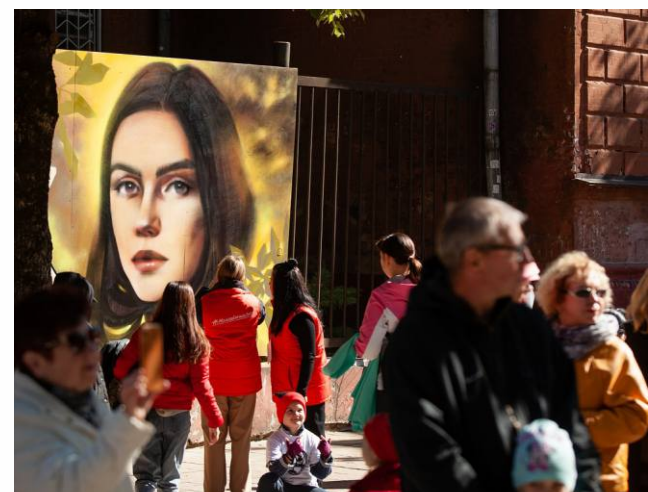


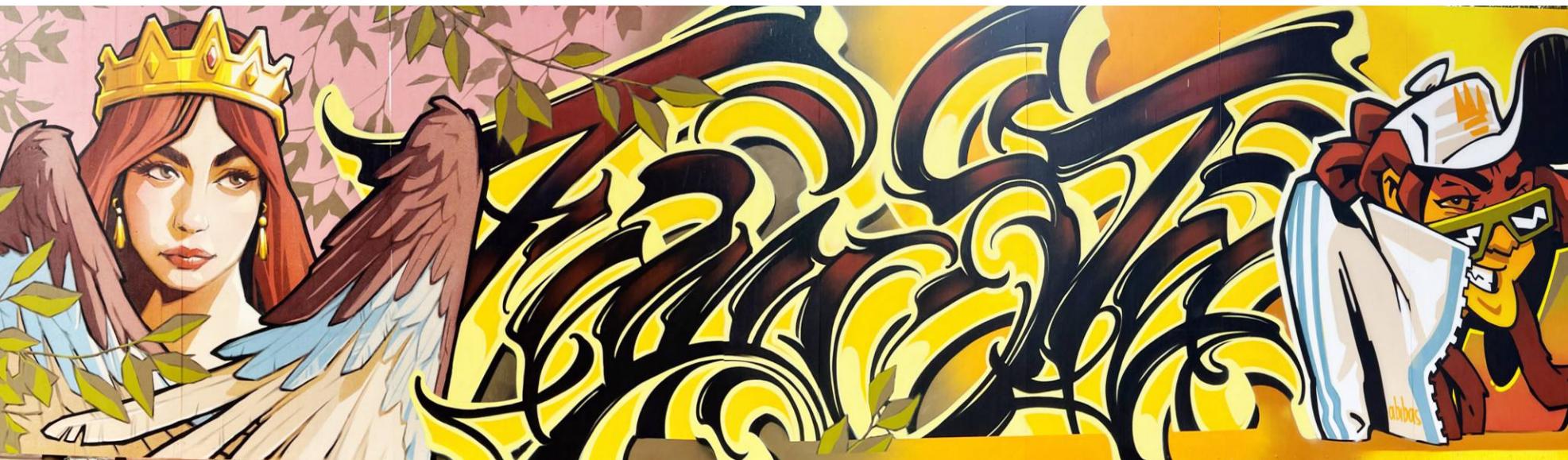
Уличное искусство – это обширное явление в современной городской культуре, в большей степени подпитываемое каждодневными низовыми художественными практиками неинституционального и некоммерческого характера. Уличное искусство – это практика взаимодействия с городской средой (инфраструктурой, жителями) на грани изобразительности и перформанса – эстетики и этики.



Антон Панфилов
Стрит-арт художник «flash one»







Кулишов Вадим
Mezzo
Кемерово

Афанасьев Иван
Fans
Новосибирск

Копёнкин Иван
Jovanny
Новосибирск



Дерябин Дмитрий
Miler
Москва

Кокель Ксения
Kokel
Чебоксары

















ГРАФФИТИ // Лучшие работы

Кулишов Вадим
Mezzo
Кемерово

Копёнкин Иван
Jovanny
Новосибирск

Афанасьев Иван
Fans
Новосибирск









Кулишов Вадим
Mezzo
Кемерово

Колёнкин Иван
Jovanny
Новосибирск

Афанасьев Иван
Fans
Новосибирск



БИЕННАЛЕ
ОТ КЛАССИКИ
ДО СОВРЕМЕННОСТИ



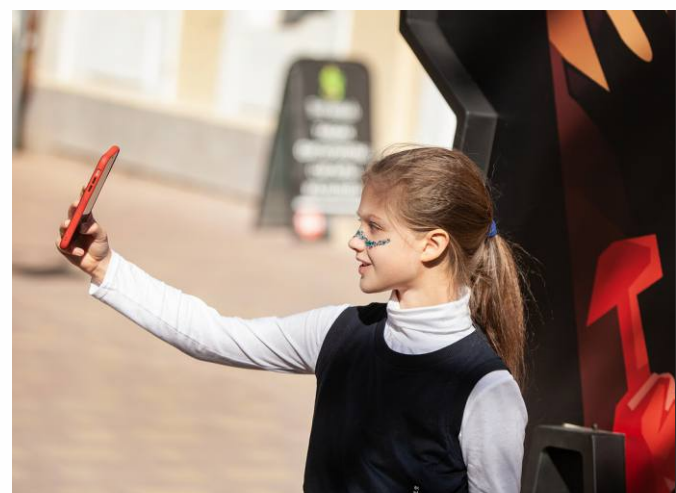
Биеннале и фестивали изобразительного искусства в настоящее время являются наиболее мобильной и динамичной формой актуализации изобразительного искусства в условиях современной культуры.



Юлия Гришечкина
Директор СОГБУК «Культурно-выставочный центр имени Тенишевых»











КОНКУРСЫ



Конкурс – это не только соревнование и процесс определения самого лучшего претендента на победу. Это, в первую очередь, напряжение, затрата творческих сил, необходимость сконцентрироваться над поставленной задачей.

Сделать лучше других... проверить себя... выдать результат... Победить.



Олег Симоненков

Председатель правления общественной организации
«Смоленское региональное отделение Союза дизайнеров России»

СМОЛЕНСК ВЫСТАВКА ДИЗАЙНА

ДИЗАЙН ПРЕЖДЕ ВСЕГО

НАРОДНОЕ
ИСКУССТВО

КУЛЬТУРНОЕ
НАСЛЕДИЕ

ПРИЗЕРЫ
КОНКУРСОВ:

Плаката «Поехали!»,
Арт-объектов «Фолкарт»
Логотипа «Реадовский парк»

на улицах Маяковского
и Октябрьской революции

онлайн-выставка
www.konkurs-on.ru

СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ

RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION

СМОЛЕНСКОЕ
РЕГИОНАЛЬНОЕ
ОТДЕЛЕНИЕ

SMOLENSK
REGIONAL
BRANCH



КОНКУРСЫ // Международная выставка-конкурс дизайна "Дизайн прежде всего" // Лучшие работы



Коммуникативный дизайн
Симоненков Олег
Смоленск



Промышленный дизайн
Сергеева Виктория
Калуга



Дизайн интерьера
Трусов Александр
Минск



Средовой дизайн
Трусов Александр
Минск



Текстильный и фэшн дизайн
Поспелова Елена
Иваново



Наука и педагогика
Горин Владимир
Смоленск



Интернет голосование
Козырева Любовь
Москва

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

ДИЗАЙН
ПРЕХАЕ
ВСЕГО

СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ
RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ

СИНЕРГИЯ МАСТЕРОВ МАЯКОВСКИЙ



Прием заявок
до 20 июня 2022
на сайте konkurs-on.ru

Работа
победителя
конкурса
здесь

СОЗДАЙ ОБРАЗ ПОЭТА

КОНКУРСЫ // Международный конкурс «СИНЕРГИЯ МАСТЕРОВ. МАЯКОВСКИЙ» // Лучшие работы



Лучшая работа в категории 12-14 лет
Симоненков Глеб
Смоленск



Лучшая работа в категории 35+ лет,
Масленникова Анна
Смоленск



ПОБЕДИТЕЛЬ КОНКУРСА
Антоненкова Полина
Смоленск



Лучшая работа в категории 18-35 лет
Трусова Мария
Смоленск



Лучшая работа в категории 35+ лет, проф.
Бован Татьяна
Смоленск

ДИЗАЙН
ПРЕЖДЕ
ВСЕГО

СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ
RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION



КУЛЬТУРНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ИМЕНИ ТЕНИШЕВСКОЙ



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС

ГРАФ
ФИТИ

ПРИЕМ ЗАЯВОК

ДО 20 ИЮНЯ 2022

НА САЙТЕ KONKURS-ON.RU

FASHION



КОНКУРСЫ // Международный конкурс «Граффити» // Лучшие работы



ПОБЕДИТЕЛЬ КОНКУРСА
«Чувашский сокол»
Андрей Поляков
Москва - Чебоксары



Лучшая работа в категории 9-11 лет
Егор Шабров
Муром



Лучшая работа в категории 12-14 лет
Лидер интернет голосования
Анастасия Трубникова
Смоленск



Лучшая работа в категории 35+ лет
Антон Панфилов
Смоленск



Лучшая работа в категории 18-35 лет, проф.
Ксения Кокель
Чебоксары



Лучшая работа в категории 35+ лет, проф.
Вадим Кулишов
Кемерово



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ПРЕЗИДЕНТСКОГО ФОНДА
КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ

Подписано в печать 15.10.2022. Формат 70x108/16.
Бумага мелованная. Цифровая печать.
Усл. печ. л. 8.05. Тираж 100 экз. Заказ № 1487.
Отпечатано ИП Шендерей О.Е.

**ДИЗАЙН
ПРЕЖДЕ
ВСЕГО**

**СОЮЗ
ДИЗАЙНЕРОВ
РОССИИ
RUSSIA
DESIGNERS
ASSOCIATION**

СМОЛЕНСКОЕ
РЕГИОНАЛЬНОЕ
ОТДЕЛЕНИЕ



Общественная организация
«Смоленское региональное отделение
Союза дизайнеров России»

214000, Смоленская область
город Смоленск
улица Маяковского, дом 3

+ 7 904 365 64 86
smolsdr@mail.ru
www.smolsdr.ru