

**ПРОБЛЕМА ВОСПРИЯТИЯ РОССИЙСКОГО ДИЗАЙНА
СТУДЕНТАМИ ПЕРВОГО КУРСА НАПРАВЛЕНИЯ
ПОДГОТОВКИ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»**

**THE RUSSIAN DESIGN'S PERCEPTION PROBLEM
BY BACHELOR COURSE «GRAPHIC DESIGN»
FIRST-YEAR STUDENTS**

А. В. МАНТОРОВА

A. MANTOROVA

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Пермь, Россия

Perm State University

Perm, Russia

e-mail: aniel.tinuviel@yandex.ru

В статье исследуется проблема восприятия российского дизайна студентами первого курса. В качестве источника используются материалы опроса, проведенного на первом занятии дисциплины «Введение в специальность». Было установлено, что в представлениях студентов, поступивших в 2023–24 гг. (в отличие от студентов, поступивших до 2023 г.) существует определенная тенденция восприятия дизайна, основанная на национальной традиции. Полученные материалы позволяют скорректировать стратегию обучения в первые месяцы с целью углубить представление студентов о будущей профессии.

Ключевые слова: дизайн; графический дизайн; российский дизайн; дизайн-образование.

The article examines the problem of Russian design's perception by first-year students. The materials of the survey conducted at the first lesson of the discipline «Introduction to the specialty» are used as a source. It was found that in the perceptions of students enrolled in 2023–24 (as opposed to students enrolled before 2023) there is a definite tendency to perceive design based on national tradition. The obtained materials allow to adjust the teaching strategy in the first months in order to deepen the students' understanding of the future profession.

Keywords: design; graphic design; Russian design; design education.

Дисциплина «Введение в специальность» является одной из ключевых с точки зрения профессионального содержания, несмотря на тот факт, что в рамках учебного плана по направлению подготовки

«Графический дизайн» она формирует исключительно универсальные компетенции. Тем не менее, одной из ключевых проблем формирования данного учебно-методического комплекса является высокая вероятность неизбежного содержательного пересечения с какой-либо из дисциплин, изучаемых студентами параллельно или в последующих триместрах («Композиция», «Цветоведение» и др.). Как следствие, одним из вариантов решения данной проблемы является фокусирование внимания не на узких технических (инструментальных) аспектах деятельности, а, напротив, на более глобальных, но вместе с тем способствующих профессиональному самоопределению и погружению в проблематику дизайна.

В рамках подобного подхода на первом занятии проводится ряд опросов, позволяющих на основе данного материала сформировать представление о тенденциях восприятия абитуриентами будущей профессии (Исследование позволяет в рамках данной статьи выставить знак равенства между понятиями «студент» и «абитуриент», поскольку на указанном этапе обучения – 1-2 неделя 1 триместра – еще не усвоены знания по какой-либо из профессиональных дисциплин). Так в одном из проведенных ранее исследований было выявлено, что среди студентов первого курса преобладает представление о дизайне как о «деятельности, связанной исключительно с проектированием внешнего вида объекта», что позволило скорректировать дальнейший план дисциплины и учебных заданий «чтобы в процессе выполнения студент самостоятельно выходил на необходимость проектирования функционального решения» [1, с. 199]. После обработки результатов был определен потенциал дальнейшего исследования: выявить иные фрагментарные знания, требующие восполнения на начальном этапе обучения. Таким образом, в данной статье исследуется представление о другом аспекте будущей профессиональной деятельности, связанном с конкретной социокультурной средой.

В качестве задания студентам предлагалось описать, что они подразумевают под «российским дизайном». Далее представлены результаты анализа материалов опроса, проведенного в группах, поступивших в период с 2020 по 2022 г.

«Российский дизайн. Его не существует». Одно из наиболее эмоционально окрашенных определений, несмотря на его категоричность, демонстрирует результат хорошей насмотренности студента в сфере его потенциальной профессии и способности к критическо-

му мышлению. Современный отечественный дизайн действительно с трудом поддается описанию по причине отсутствия у данного явления самобытного культурного фундамента. Г. В. Вершинин, рассматривая проблемы российского дизайна, высказывает аналогичное мнение: «В самом СССР и России он (дизайн) не имел естественных корней. Он опирался не на национальную культуру, как, например, итальянский, а скорее – на опыт европейского функционализма, немецкую протестантскую скромность, а также на «административный ресурс» [2, с. 108]. Приведенные далее цитаты студентов свидетельствуют, если не об осведомленности в области истории дизайна, то, по крайней мере, о некоторой «визуальной интуиции», как необходимой составляющей в ряду профессиональных компетенций дизайнера: «Российский дизайн – это в основном просто копирование западных дизайнов»; «Российский дизайн чаще всего повторяет под копирку иностранные разработки, ну или немного изменяет их»; «Дизайн в России – это примерно как современное российское кино. Люди предпочитают иностранное, потому что оно более качественное. Хотя русское кино и дизайн пытаются быть похожими на иностранное» и т. п. В общей сложности, количество студентов, отмечавших в различных формулировках аналоговость российского дизайна, составляла 82 %, что является достаточно знаковым результатом.

Оставшиеся 18 % в своих высказываниях сделали акцент, скорее, на эмоциональной составляющей и ощущениях от окружающего их дизайна: «Российский дизайн – это что-то очень странное. Сочетание интересных идей и корявого исполнения»; «В России очень много яркого, слишком яркого дизайна с кучей деталей. Это часто выглядит неуместно. Наверное, это делается, чтобы как-то изменить серость на улицах. Но выглядит ужасно». В ряде случаев описание впечатления было подкреплено попытками аналитики: «Российский дизайн (особенно на улицах, где вывески) застрял где-то в 90-х»; «Российский дизайн – это устаревшие шрифты и перегруженность всякими графическими эффектами. Это уже не актуально, все компании стремятся к минимализму»; «В России очень много любителей, чтобы было «дорого-богато». И такого очень много в интерьерах, оформлениях. И на таких заказах дизайнер может много заработать. Но потом это расходуется на мемы»; «В России очень много непрофессионально выполненного дизайна. Люди хотят сэкономить деньги, поэтому не обращаются к профессионалам и просто находят кого-нибудь, кто вла-

деет программой и может сделать логотип за 500 рублей». Как можно заметить, и в первом и во втором случае, вне зависимости от аспектов, на которых сфокусировано внимание студентов, их восприятие отечественной практики дизайна выражено в явно негативном ключе.

Интересен тот факт, что несмотря на принадлежность приведенных цитат разным авторам, а также аргументацию, основанную исключительно на визуальном и эмоциональном взаимодействии, они демонстрируют достаточно явные параллели с экспертной точкой зрения уже упомянутого выше Г. В. Вершинина, кандидата искусствоведения, активно вовлеченного также и в практическую дизайн-деятельность. Оценивая состояние российского дизайна, Г. В. Вершинин отмечает, что на смену «аскетизму» советского дизайна пришла «гедонистическая этика и установка на быстрые и большие деньги», а в среде профессионалов – «страх лишиться заказов, но главное – настрой на послушное клиентское «обслуживание» заказчиков», что несомненно перекликается с высказываниями студентов о тенденции к избыточности деталей и роскоши, а также вопросах профессиональной этики [2, с. 109]. Особенно интересен тот факт, что данные мнения разделяет более десяти лет, поскольку статья Г. В. Вершинина написана в 2009 г. Стоит также отметить, что в оппозицию к Г. В. Вершинину высказался С. М. Михайлов, кандидат архитектуры, вице-президент Союза Дизайнеров России, объяснив кажущееся отсутствие такого явления, как российский дизайн, «преградой в межпрофессиональном общении советских дизайнеров и дизайнеров Запада», образовавшейся в результате холодной войны и железного занавеса, а также пристрастным отношением историков дизайна к тем объектам, которым они уделяют ключевое внимание в своих работах [4]. Среди студентов в рамках опроса не оказалось разделяющих данную точку зрения, очевидно ввиду слабой степени осведомленности относительно истории профессии, а также интерпретации задания, как относящегося исключительно к современной ситуации («русский дизайн», но не «русский» или «советский»).

Результаты идентичного опроса, проведенного в 2023-24 гг. выявили совершенно иную тенденцию.

«Русский дизайн – это всё, что связано с русскими народными мотивами». Именно презентация дизайна через национальную культуру и ремесла красной нитью проходила практически через все формулировки указанного периода. Особенно интересен тот факт, что

подобные, четко сформированные ассоциации возникали у студентов в связи с достаточно нейтральным словом «российский», которое подразумевалось, напротив, как более вариативное для интерпретаций. Подобного эффекта можно было бы ожидать при формулировке задания с помощью определения «русский», как очевидного связующего звена для ассоциаций с конкретными образами: русский народный костюм, русские народные инструменты, русские народные сказки и т. д. В ответах 77 % студентов, однако, просматривалась именно эта связь, причем часто с произвольной заменой «российского» дизайна на «русский»: «Русский дизайн – это народные костюмы, росписи, все объекты, созданные вручную»; «российский дизайн – это то, что изготавливается вручную, имеет отношение к русской культуре прежде всего»; «русский дизайн – это оформление чего-либо с использованием русских народных орнаментов, например, или каких-то традиционных способов изготовления»; «русский дизайн – это стилизация современной одежды под народные костюмы, также оформление предметов под какую-нибудь хохлому или что-то похожее».

20 % студентов интерпретировали определение с явным уклоном в государственную символику: «Российский дизайн предполагает использование триколора»; «Российский дизайн содержит отсылки к российским символам»; «Российский дизайн – это дизайн с использованием белого, синего и красного цветов»; «Российский дизайн – это различный мерч, сувенирная продукция с триколором, государственными символами, известными образами из русской культуры». Оставшиеся 3 % в своих определениях ограничились обозначением конкретной локации для процесса проектирования: «Российский дизайн – это проектирование различных объектов, рекламы, фирменных стилей дизайнерами из России»; «Российский дизайн – это совокупность дизайн-проектов, выполненных на территории РФ»; «Российский дизайн – это проектирование объектов среды в российских городах и создание логотипов и фирменных стилей для российских компаний».

Полученные данные демонстрируют на удивление четкое разделение восприятия российского дизайна по годам и, как следствие, формирование некоторых тенденций. Было установлено, что абитуриенты, поступившее на направление подготовки «Графический дизайн» в период с 2020 по 2022 г., имеют большую склонность к аналитике: в их определениях присутствуют попытки не только выявить проблемные зоны в современном состоянии отечественного дизайна,

но и выстроить причинно-следственные связи. Тем не менее, данные определения не лишены категоричности и эмоциональной окраски, что в ряде случаев приводит к излишним обобщениям. В свою очередь, абитуриенты, поступившие в 2023–24 гг., демонстрируют отсутствие насмотренности, что, однако, нельзя утверждать наверняка, поскольку в их случае имеет место прочная ассоциативная связка с национальной культурой и/или государственной символикой. Можно сделать предположение, что данная тенденция обоснована внешне- и внутривнутриполитической ситуацией, более системной работой по патриотическому воспитанию и более частым взаимодействием на уроках с национальными культурными элементами. Однако в рамках профессионального обучения подобная система восприятия не позволяет выстроить ретроспективу дизайнерского опыта, поскольку российский дизайн, в отличие, например, от скандинавского, складывался не на базе народной ремесленной традиции, а рождался из экспериментов станковых живописцев, «провоцирующих в потребителях творческие и эстетические импульсы» [2, с. 110]. Как следствие, подобная узкая интерпретация значительно сужает инструментальное поле будущего специалиста. Таким образом, в случае, если тенденция, сложившаяся в последние два года, подтвердит свое существование в будущем, возникнет необходимость скорректировать план учебной дисциплины «Введение в специальность» с большим акцентом на проблематику дизайна и развитие профессионального критического мышления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Манторова, А. В.* Проблема предзнания в работе со студентами первого курса специальности «Графический дизайн» / А. В. Манторова // Актуальные проблемы дизайна и дизайн-образования : Материалы VII Международной научно-практической конференции, Минск, 20–21 апреля 2023 года / Научный редактор Х. С. Гафаров. Минск: Белорусский государственный университет, 2023. С. 194-199.
2. *Вершинин, Г. В.* Российский дизайн перед вызовами времени, или о пользе идеализма / Г. В. Вершинин // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 4: Промышленные технологии. 2009. № 3(18). С. 108-114.
3. *Михайлов, С. М.* Дизайн без икон [Электронный ресурс] // Дизайн-ревью – Научно-практический журнал по дизайну и архитектуре. Режим доступа: <https://design-review.net/index.php?show=article&id=160&year=2004&number=1> (дата обращения: 20.03.2025)