

СИСТЕМА ДИЗАЙНА ИННОВАЦИОННЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

© 2010 С.А.Зайцев

Тольяттинский государственный университет

Статья поступила в редакцию 18.02.2010

Художественная форма в современном инновационно изменяющемся предметном мире общества и дизайне играет не только социокультурную и эстетическую роли, но и хронологическую. Этот временной ряд помогает потребителю понять через форму окружающей среды и получить общее ощущение времени и своего места в общей структуре культуры – т.к. важна не сама форма, а её ассоциативное воспринимаемое место в современном мире. Это возможно через создание дизайном современной формы – пластического выражения современного стилового периода дизайна в целом и в частном случае – в стиле дизайна легковых автомобилей. Автомобильный дизайн стал практически инновационным ещё в 1960-х годах, раньше других видов дизайна массовых наукоёмких объектов почти на десять лет. Это значит, что инновационной стала не только форма массового легкового автомобиля (в дальнейшем МЛА), как основного носителя дизайн-формы (реальная часть системы), и его пластически выраженная стилистическая основа, но и вся система автомобильного дизайна, в том числе и прежде всего гипотетическая часть (проектно-исследовательская). В данной статье предложена модель инновационной динамически развивающейся системы автомобильного дизайна и основных признаков (отличительных особенностей) гипотетической части системы инновационного дизайна. Для инновационных динамических изменений стиловой пластики формы МЛА (время создания 2 – 4 года, а полное изменение стилового периода в автомобильном дизайне 10 лет) необходима инновационная гипотетическая часть системы автомобильного дизайна. Она должна быть способна воспринимать динамичную новизну и работать в данном ускоренном режиме, при помощи прогностического (концептуального) дизайна и даже фантастики для ускорения идеирования на начальной стадии создания стиловой пластики формы инновационной модели. Большую роль играет и современная система контроля и управления процессом инновационной формы.

Ключевые слова: Инновационный автомобильный дизайн. Автомобильный стиль. Пластическое выражение стиля. Система инновационного автомобильного дизайна, реальная часть, гипотетическая часть. Основные признаки (отличительные особенности) инновационного дизайна.

Современное состояние проблемы. Одна из важных ролей художественной формы в предметном мире состоит в том, что она помогает ввести предметно-пространственную среду в определённый ряд (временной, национальный, социальный и т.д.). Эту роль она играет даже, казалось бы в сугубо индустриальных областях дизайна. И это важно учитывать в процессе художественного конструирования. Например сельскому механизатору (трактористу, комбайнёру) важно, видимо не только, как внешняя форма агрегата связана с функцией, но и то, что она стилистически подобна современным художественным формам машин, что она вводит труд сельского механизатора в ряд современного индустриального труда. В целом необходимо некое общее ощущение времени и своего места в общей структуре культуры. Значит, важна даже не сама форма как таковая, а её

ассоциативно воспринимаемое место в современном предметном мире¹.

Стиль и связанные с ним художественные процессы формообразования и выполняют в конечном счёте эту важную социально-культурную роль². Специфика социальных трансформаций, вызванных относительной установкой на оформление стиля жизни большинства интересна в сопоставлении с визуальной моделью целостности, которая основана на идее беспрерывного приращения форм, которая была связана со стихийным формированием принципов и формальной структуры предметного выражения того культурного слоя, который определялся своей ориентированностью на сознание большинства, даже независимо от его характера и настроенности.

¹ Зайцев Сергей Артёмович, член Союза дизайнеров РФ, доцент кафедр дизайна и автомобилей и тракторов. E-mail: ait@tlt.su.ru

¹ Хан-Магомедов С.О. Труды ВНИИ // ТЭ. Проблемы стилового единства предметного мира. Серия труды ВНИИТЭ №24 – М.: 1980. – С. 10.

² Там же.

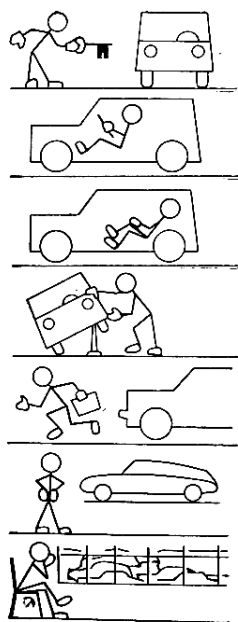
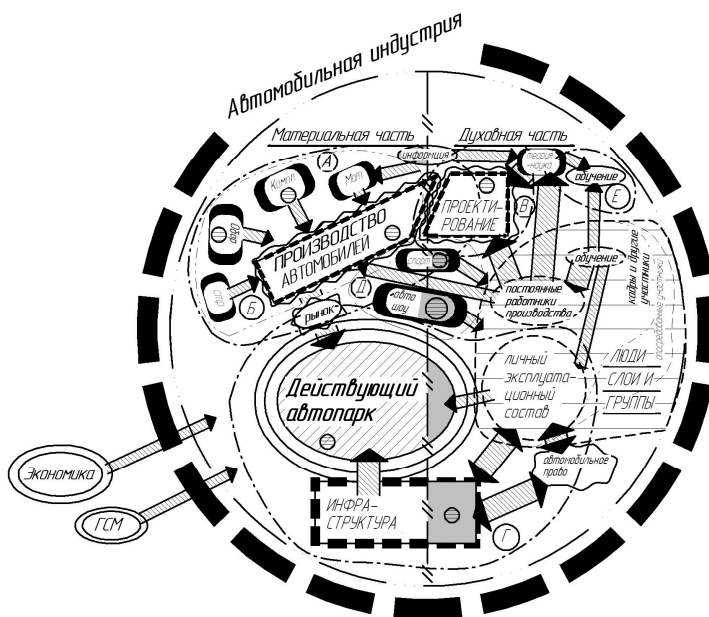


Рис. 1. Человек и автомобиль
(Ю.А. Долматовский)



А. Сфера создания автомобилей
Б. Производственная сфера автомобилей
В. Проектная сфера автомобилей
Г. Сфера эксплуатации автомобилей
Д. Сфера автомобильного шоу
Е. Сфера науки и обучения автомобиля

Рис.2. Дизайн в элементах автомобильной индустрии

Практика предметного творчества 1970-х годов прошлого века с идеями постоянного приращения форм, которые сейчас выражаются в утверждении приёмов постоянного достраивания, присоединения, добавления, вписывания, многослойного структурирования предметного окружения, допускающих наибольшую вариантность в обеспечении самых различных жизненных ситуаций³.

Для примера необходимо взять наиболее ярко проявленные функции общества в стимулировании и развитии инновационной системы европейских стран, которые показаны в Отчёте экспертов Комитета по научной и технологической политике европейской Организации по экономическому сотрудничеству и развитию (1982). В нём подчёркивается социально-экономическая природа инноваций: «Инновация имеет место, когда техническая возможность выполняет экономические и (или) социальные требования. Рассматриваются два источника инноваций: 1) чисто эмпирический, когда инновация «вырастает» из результатов фундаментальных или прикладных исследований; 2) когда иницилирующую роль играет искусство (дизайн) и инновация рождается как результат «гибридизации» эстетических и технических решений. Сила дизайна в генерации и инициации инноваций, именно это и отличает его от других участников инновационно-

го процесса. Только современный дизайн владеет способностью, используя художественные принципы своей деятельности и знаниями потребительских предпочтений общества в данный момент времени, профессионально определить инновационность пластики формы элементов предметного мира в ближайшем будущем. Современный дизайн – это инновационный дизайн, инициатор востребованной пластики и во многом функции элементов предметного мира общества в ближайшие периоды времени. Промышленный дизайн – наиболее массовый из видов дизайна, способен и обязан обладать значительным влиянием на ход развития визуальной картины – т.н. «стиля» эпохи общества.

Автомобильный дизайн стал активным участником всеобщего инновационного процесса массовых легковых автомобилей (как наиболее значительной части действующего автомобильного парка, в дальнейшем – МЛА) уже в 1960-гг. по формату (предмету) своего продукта – пластике инновационной формы МЛА. Инновационный автомобильный дизайн – это дизайн, способный постоянно прогнозировать, генерировать, создавать и развивать в дальнейшем инновационную пластику (т.е. новую, массово востребованную, сознательно внедряемую в общество) формы МЛА. Основные признаки (отличительные особенности) современного инновационного проектного автомобильного дизайна ведущих автомобильных фирм мира:

1) Наличие инновационного (гибкого, способного к быстрому изменению и совершенствованию, согласно появляющимся общемировым новациям в практике дизайна новациям) современного процесса исследования и создания ин-

³ Монахова Л.П. Проблемы стилового единства предметного мира. Серия труды ВНИИТЭ №24. – М.: 1980. – С. 30.

4. Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. – СПб.: 2004. – С.38.

новационной формы МЛА, обязательно включающего в себя: а) Постоянно действующий процесс генерации «независимой» и абсолютной новизны пластики формы МЛА – концептуальный дизайн; б) Современную систему исследования, сбора, хранения и обработки информации о новациях во всемирном инновационном процессе изменения пластики формы МЛА (включая и непосредственно воспринимаемой на автосалонах); в) Обучение и накопление узкоспециализированного опыта у кадрового состава по фазам инновационного процесса и видам автомобильного дизайна с глубокой специализацией и ориентацией в тенденциях направлений инновационной пластики формы МЛА современного периода времени в своей и смежных областях и направлениях автомобильного дизайна; г) Использование наиболее современного оборудования и материалов для поиска и создания инновационной пластики формы МЛА (фактор времени и точность); д) Определение и поддержание статуса дизайнера в коллективе участников инновационного процесса МЛА не ниже общемирового, обуславливающего современные условия художественной творческой деятельности (продолжительность и формат рабочего дня, оплату труда, условия проживания, отдыха и т.д.).

2) Современный менеджмент (организацию) процесса согласно требованиям современной системы контроля и управления инновационным процессом пластики формы, которая включает в себя: а) Современную систему стратегического и тактического выбора (оценки) инновационной цели (используя результаты прогнозирования, предпроектных исследований и подбор информации), современную методику разработки конкретного задания на художественное проектирование, мотивацию генерации и презентацию новаций-концепций, конкурсный (сравнительный) профессионально независимый отбор и разработку единой рабочей концепции; б) Современную систему контроля уровня эффективности продуктов проектирования (превращения рабочей концепции в эталонную пластику формы МЛА), а также уровня эффективности продуктов окончательной разработки и «сохранения» (при доработке в дальнейшем, включая и производство), уровня инновационной эффективности; в) Использование современной методики оценки востребованности (эффективности) созданной инновационной пластики формы МЛА в соответствии с потребительскими предпочтениями общества и необходимым повышением культурно-эстетического уровня данного региона (страны) продвижения МЛА. В данной статье рассматрива-

ется первая составляющая реального процесса проектирования автомобильного дизайна.

Система автомобильного дизайна. Система автомобильного дизайна состоит из двух частей: «гипотетической», создающей инновационную дизайн-форму (пластику) МЛА и «материальной», реализованной и размноженной дизайн-формы (пластики) МЛА, непосредственно и массово взаимодействующей с обществом. «Гипотетическая» часть состоит из основы всей системы – инновационного процесса художественного проектирования и конструирования дизайн-формы МЛА (пластики). Она неразрывно связана с системой управления и контроля процессом художественного проектирования и конструирования и без него существовать не может.

Инновационный процесс проектирования включает в себя и процессы прогнозного проектирования и проектного прогнозирования, в комплексе известного как концептуальный дизайн, который должен использовать и продукты мировой научной фантастики, зафиксированные в книгах, кинофильмах различного рода видеорядах и т.д. В «гипотетическую» часть входят дополнительные элементы, без которых невозможно существование и основного: научно-теоретической базы и учебного процесса автомобильного дизайна. Научно-теоретическая база должна производить необходимый для реального инновационного процесса художественного проектирования и конструирования продукта новые знания, в формате современной методики гибкого постоянного совершенствования (обновления) процесса. Она же должна вести постоянный исследовательский процесс на основе данных исторических и современных результатов изменения, создания и реализации дизайн-формы (пластики) МЛА, являющихся единственным источником предлагаемых новационных изменений.

Другими продуктами научно-теоретической базы должны быть учебно-обзорные различных уровней труды для постоянного профессионального учебного процесса автомобильного дизайна и массово популярная информация просветительского характера об изменениях в автомобильной индустрии, а также контроль за правильным и профессиональным освещением процессов, происходящих в автомобильной индустрии в СМИ (борьба с дилетантизмом в этой информационной области). Постоянно действующий процесс обучения в автомобильном дизайне различных уровней необходим для естественной ротации кадров и поддержания современного уровня знаний и навыков у работающего кадрового состава при инновационных непрерывных изменениях методики процесса художественного проектирования и конструи-

рования и оборудования. Все элементы «гипотетической» части системы автомобильного дизайна тесно взаимосвязаны и инновационны, т.е. представляют собой гибкую, быстро изменяемую структуру, необходимую для требований постоянного инновационного обновления всего инновационного процесса МЛА как комплекса.

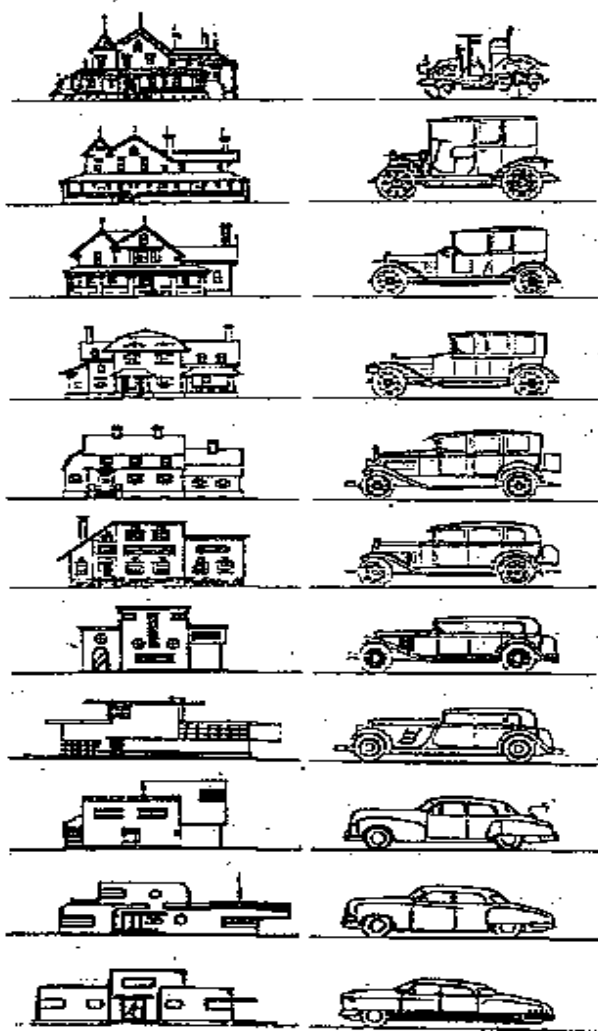


Рис. 3. Эволюция формы легковых автомобилей и зданий. 1930г Р.Лоуи

Следующая часть системы автомобильного дизайна является его «выставочным залом» – массовым носителем созданной дизайн-формы (пластики) МЛА, тиражированной производством и взаимодействующей (эксплуатирующей) и функционально и визуально влияющей на личное и общественное сознание) с обществом в данный период времени. Основная функция – перемещение людей осуществляется действующим парком МЛА. По различным источникам в настоящее время он составляет от 500 млн. до 1,5 млрд. в мире.

Визуальное и эстетическое влияние – это дополнительная функция МЛА. Но часть автомобильного парка – «экспо-парк» создана именно

для основной функции визуального воздействия на личное и общественное сознание: это прежде всего отреставрированные автомобили уже не эксплуатируемые массово, а представляющие только исторический интерес для науки и общества (музейный). Их количество на несколько порядков меньше, чем у действующего парка МЛА, но интерес к ним всё больше возрастает. Чем больше их архаический «возраст», тем более ценны они для истории.

Одно из направлений «экспо-парка» – концепт-кары. Они также выставляются для основной своей функции визуального воздействия на общество, но с прямо противоположной целью – «разведкой» предпочтений общества и личностей в основном в области художественной пластики формы МЛА будущего, а также возможностей и уровня автомобильного дизайна фирмы-производителя в данный период времени. Другой функцией этой половины «экспо-парка» является и профессиональное частичное формирование у общества (подготовка) возможных рамок предлагаемых предпочтений на последующий период времени. Ежегодно создаются несколько десятков (до сотни) концепт-каров, но их влияние на общество и на профессионалов – автомобильных дизайнеров, создающих инновационную дизайн-форму МЛА и его пластику огромно. Обе части системы инновационного автомобильного дизайна взаимосвязаны и существовать отдельно не могут, так как составляют единое целое – постоянно действующий инновационный процесс дизайн-формы МЛА и его пластики.

Выводы: Система современного мирового инновационного дизайна развивалась более чем за вековую историю и будет развиваться в дальнейшем. Элементы системы в процессе развития появлялись и видоизменялись постепенно в зависимости от требований общества и других элементов системы.

Форма инновационного продукта – массового легкового автомобиля во многом зависит от технологического наполнения и современности системы дизайна, а также изучения и анализа постоянно изменяющихся потребительских предпочтений. Это показывают взлёт возможностей в 1970 – 1980 годы в легковом автомобилестроении и настоящие кризисные явления в отечественной автомобильной индустрии и дизайне автомобиля. Во многом такое положение создано из-за инновационной некомпетентности, слабой маркетинговой стратегии и тактики менеджмента отечественного автомобилестроения с начала 1990-х годов, когда требовалась коренная перестройка, как производства, так и системы создания моделей (в том числе и автомобильного дизайна) и посте-

пенного выхода на мировой уровень проектирования и выпуска автомобилей. Правоту этого демонстрирует пример последнего десятиле-

тия, когда бурно развивается автомобильная индустрия Китая с реальной стратегической поддержкой государства.

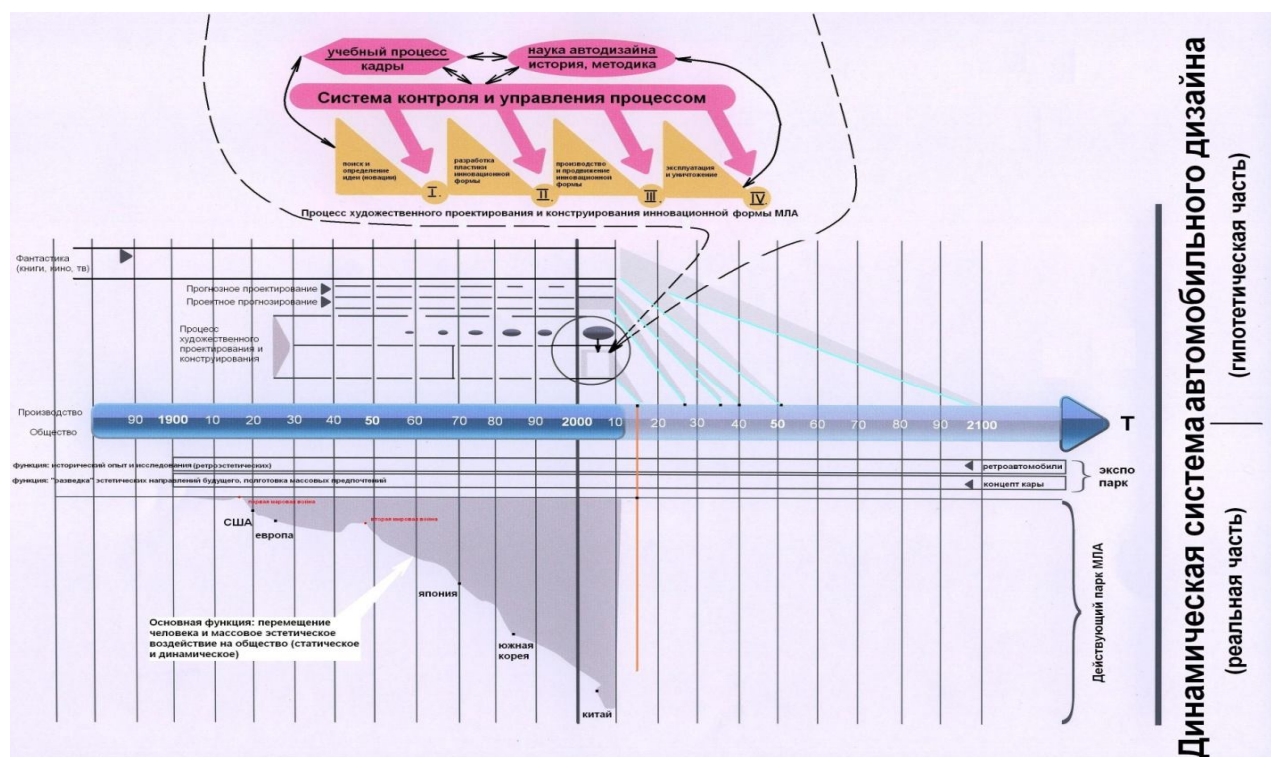


Рис.4. Динамическая система автомобильного дизайна

DESIGN SYSTEM OF INNOVATIVE CARS

©2010 S.A.Zaitsev^o

Togliatti State University

The artistic form in the modern innovative subject changing world of the society and design plays not only a social-cultural and aesthetic role, but also a chronological one. This time-series helps a consumer to understand one's place in terms of the environment and to get a general idea of time in the common structure of culture. As it is not only the form that is important, but its associative perceived place in the modern world. It can be possible by means of the creation of the contemporary design forms - namely the plastic expression of the modern style period of design in general and in the particular case-the style design of cars. An automotive design became innovative in 1960s, earlier than other kinds of massive high-tech design objects of the period of almost ten years. It means that not only the form of a mass production car (here and after MPC) has become innovative as the main vehicle design-form (real part of the system) and its plastic expression of a stylistic basis, but namely the entire system of automobile design, including first of all its hypothetical part (design research).

In this paper the model of the innovative dynamic evolving system of the automobile design and its basic characteristics (distinguishing features) of a hypothetical part of the innovative design system is presented. The innovative hypothetical part of the automobile design system is necessary for innovative dynamic changes of the style MPC plastic form (the creation time is 2 – 4 years, while the complete change in the style period in a car design is 10 years).The car design system should be able to acquire the dynamic novelty and to operate in the speed mode by means of the forecast conceptual design and even fantastic idea at the initial stage of the creation of style plastics forms of an innovation model. The modern monitoring system and innovative form process management play a significant role here.

Key words: innovative automotive design; automobile style; plastic expression of a style; innovative car design system; real part; hypothetical part; basic characteristics of innovative system.

^o Zaitsev Sergei Artemovich, Member of the Designers Union of the Russian Federation, Associate professor of the department of Design, automobiles and tractors.
E-mail: ait@tlttsu.ru

