

Дизайн как средство коммуникации

Татьяна Кощеенко,
ведущий специалист по дизайну
отдела по связям с общественно-
стью ООО «Светосервис»

Вечерний город — это громадная сцена, на которой свет разыгрывает свой спектакль. Целая гамма чувств возникает у человека, миновавшего темный двор и вышедшего на хорошо освещенную улицу, а дальше — площади, мосты, памятники — впечатления, эмоции. Долгие годы работая со светом, мы поняли, что показывать его неисчерпаемые возможности можно через восприятие человека. Так появились наши арт-видео, календари, открытки.

Стиль города и его исторические достопримечательности в вечернее время можно увидеть и оценить только при наличии светового дизайна, который является основой архитектурного освещения.

Наше восприятие, по утверждению психологов, определяет связь «стимул — реакция». Этот постулат стал основой для представления обществу наших работ по архитектурному освещению.

Для формирования восприятия мы используем различные виды дизайна.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙН

Своеобразие освещения Нового Арбата (рис. 1) в арт-видео показано через эмоции девушки, совершающей романтическую прогулку по улице и попадающей из праздника света в высотной части улицы в спокойную с монохромным освещением зону малозэтажной застройки.

Внимание фиксируется на сюжетах медиафасадов и на световой динамике в начале пути, а затем — спокойное созерцание исторической части города.

Планетарий — это космос (рис. 2). Тема загадочная и необычная. Здесь использован эффект неожиданности. Звучит стихотворение Маяковского; автор беседует с Главнебзаведующим, который зажигает Южный крест,

устроивает ночь, управляет небом. Стимул найден, должна произойти реакция осмысления образа через метафору.

Совсем другая история — видео «Танцующие в темноте».

Башни расположены таким образом, что показать каждую из них



Рис. 1. Световое решение для улицы Новый Арбат



Рис. 2. Световое решение для Планетария



Рис. 3. Мультимедийный дизайн «Метаморфозы»

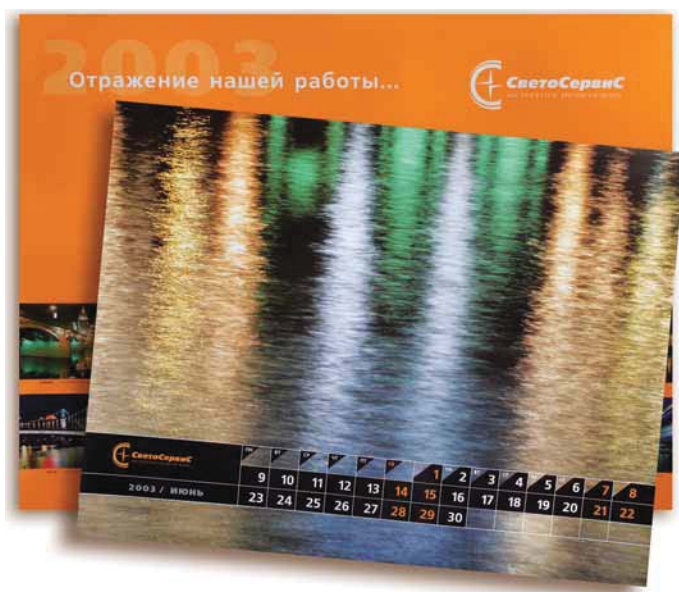


Рис. 4. Арт-календарь. Раушская набережная



Рис. 5. Набор открыток на тему «Культура – свет»

в ландшафте города очень сложно. Нужна история. И вот — башни танцуют, меняются музыкальные ритмы, работает цветодинамика. Зрелище впечатляющее. Реакция зрителя — удивление, живой интерес.

Ну и, наконец, «Метаморфозы» — игра со светом, абстракция (рис. 3). Свет, оказывается, может все.

Мы сознательно прибегаем к арт-видео, работаем с талант-

ливым коллективом специалистов в области мультимедиа. Мы знаем, что нам нужно, и вместе с ними ищем художественные решения.

О вкусах, как известно, не спорят. Понятно, что далеко не всем близки такие решения, хотя достаточное количество людей относится к нашим работам положительно. Но даже отрицательный интерес — это погружение в тему.

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Наша компания ежегодно выпускает перекидные календари. Каждый месяц — фотография объекта. Красиво. Не надоедает в течение месяца.

Но иногда, отступив от классики, мы делаем арт-календарь (рис. 4). Раушская набережная, вечер. В воде отражение архитектурного освещения зданий. Все тот же посыл — возможности света неисчерпаемы. Но показано это не напрямую, а опосредовано.

2014 год объявлен Годом Культуры. У «Светосервиса» большое количество работ по архитектурному освещению объектов культуры.

Мы выпустили набор открыток на тему «Культура — свет» (рис. 5). На лицевой стороне открытки — вечерняя фотография театра, музея, скульптуры. На обороте — стилизованное обозначение, символ того вида искусства, к которому можно приобщиться, зайдя внутрь. Для этого использована графика.

Памятник Гоголю. Мы все помним его, видимо, навсегда актуальные слова: «В России две беды — дураки и дороги», а персонажи «Ревизора»... тут уж ничего объяснять не надо.

«Дети — жертвы пороков взрослых»; скульптурная композиция М.Шемякина задумана как аллегория борьбы со злом. Снова обратимся к классике — М.Булгаков, «Мастер и Маргарита»: «...Что делало бы Добро, если бы не было Зла...».

Пашков дом — «вечное» гусиное перо.

Третьяковская галерея — кисть, палитра.

Казалось бы, ничего нового мы не сообщаем. Но форма подачи, условность изображения, подтекст в некоторых случаях — эти впечатления остаются в нашем подсознании. А именно к этому мы и стремимся.

Восприятие и осознание — мы стараемся сделать эти психологические процессы формирования мнения и впечатления наиболее действенными, эмоциональными. Широкие возможности для этого нам предоставляет дизайн.