



Original Article: IL PROBLEMA DELLE TENDENZE NEL DESIGN MODERNO

Citation

Miroshnikov V.V., Mirioshnikova V.M. Il problema delle tendenze nel design moderno. *Italian Science Review*. 2014; 7(16). PP. 111-113.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/july/Miroshnikov.pdf>

Authors

Vitaly V. Miroshnikov, Kuban State University, Russia.

Vera M. Mirioshnikova, Academy of Marketing and Socially-Information Technologies, Russia.

Submitted: June 24, 2014; Accepted: July 10, 2014; Published: July 11, 2014

Attivo fiorente paradigma postmoderno nelle arti plastiche metà e alla fine del 20 ° secolo progressivamente spostato dalla fase di maturazione e accumulo nel scenografia tradizionale nella cultura contemporanea. Postmodern "canaglia" maturato e tranquillamente ha guadagnato lo status di maestro rispettato e venerato. Monocentrismo inevitabile nello sviluppo culturale del mondo, sono nati i processi economici globali, vivono annullato, il gioco d'azzardo l'ironia postmoderna dell'artista nel suo duello "fumetto" con la storia. Potenza totale inevitabilmente crea nuovo discorso estetico.

Rilevanza nella pratica artistica è sempre più considerata come un follow tendenze popolari che sorgono nel consumo di intersezione del commercio e dei media.

Un progetto per la progettazione di beni di largo consumo (elettrodomestici, elettronica, mobili, veicoli, ecc) sono completamente concentrata sulle tendenze della moda, e questo è giustificato dal desiderio per il marketing efficiente. Nella "infrastruttura" e "integrare" i generi di disegno (comunicazione visiva, pubblicità, ambiente urbano, paesaggio, interni) morfogenesi è determinato in larga misura e specifiche dell'oggetto così come in nessun

altro, finalizzato alla sua originalità e novità.

Usare "integrato" Principio di tipi di tendenze, a nostro parere, è almeno non corretta e contrarie ai fini e progettazione di base progettazione di algoritmi.

Negli ultimi anni, la "infrastruttura" e motivo "integrazione" ci sono molti tipi di oggetti, il cui disegno è sotto l'influenza evidente delle attuali tendenze "estetico".

Più suscettibili all'influenza della moda "designer", erano graphic, communication design e interior design. E questo è comprensibile. Questo tipo di design che sono più richieste di consumatori e processi coinvolti nella sfera del baratto attiva, sono sotto l'influenza delle leggi inevitabili del marketing. Design di pubblicità, a volte a scapito della efficienza, sfruttando "provati" metodi, algoritmi, modelli e tipi di carattere. La progettazione di spazi interni sorgono cosiddetti "stili". La loro essenza - l'uso di "spazi vuoti" generici per la formazione dell'immagine stereotipata, creare uno spazio modello con prevedibile impatto emotivo sul consumatore.

Soluzioni banali, secondaria, plagio nel settore creativo, sembrerebbe fenomeno inaccettabile. Tuttavia, è sempre più peccati moderno studio di progettazione. Considerate le ragioni di questa situazione.

Tendenze stabili in arte - un fenomeno con una lunga e ricca storia. Basti ricordare le grandi stili storici che durò eoni, quasi canonicamente definire e forma e contenuto delle opere di architetti, artisti e compositori. Integrare il ruolo dei grandi stili storici è emerso come una visione unificante dei processi geopolitici volti a costruzione e il rafforzamento di grandi imperi. Nel corso dei secoli di sviluppo delle civiltà grandi stili europei hanno contribuito alla progettazione definitiva delle arti professionali e socio-culturali importanti. Con lo sviluppo della civiltà europea (Mediterraneo) stili di grandi cambiamenti dell'arte si sono verificati più spesso, e la loro influenza sulla formazione della sempre meno decisivo.

Con l'inizio del rapido sviluppo della scienza e delle arti nell'epoca del capitalismo tendenza emergente di graduale emancipazione dell'autore come unità creativa autosufficiente in grado di esprimere le proprie idee soggettive. Questa tendenza ha portato ad una dissoluzione quasi completa della grande stile in una varietà di stili locali e gli stili dei singoli artisti. L'ultimo dei grandi stili considerati plastica moderna, sottile e capricciosa che ha rotto sotto la pressione delle rivoluzioni sociali e le guerre del 20 ° secolo. Dominare gli ultimi 50-60 anni nella cultura "postmodernismo" globale può essere metaforicamente descritto come un paradigma di grandi stili finale caleidoscopio ironico. Sul declino del postmodernismo, morendo sotto la "pressione" della redditività commerciale nello spazio culturale mondiale aree ritagliate, le scuole, i diritti d'autore, gli stili, le tecniche, costumi, ecc

Nella cultura di oggi, stiamo assistendo ad un processo controverso. Da un lato - una emancipazione senza precedenti della personalità, che determina la crescente indipendenza e il valore di un esclusivo espressioni creative dell'autore. D'altra parte - l'assimilazione socio-culturale, come conseguenza dei processi globali del mondo, rafforzare le integrazione globale

universali obiettivi progettuali, strategie e significati. È possibile qualificare questi movimenti multidirezionali come poli magnetici, differenziando tutti che si verificano in arti visive e design. Durante il processo di selezione di un "polo", il risultato è determinato dal livello di professionalità e rivendicazioni autore.

Trend offre l'autore di "routine", che garantisce prestazioni sopra la media dei suoi sforzi creativi di media le sue capacità e l'istruzione. Distribuzione di "trend" plasmare in base alle "semifinale" finiti aiuta a riempire le materie di attività di progettazione mercato senza un adeguato livello di formazione. Essi, a loro volta, sono interessati al mantenimento del principio del design, "fantasia". In termini di "flusso di creatività" per il bene del marketing e poco esigente in favore o meno versato nel senso estetico del consumatore, il trend è sicuramente una cosa "comoda". Dal punto di vista professionale tendenza attività di progettazione - e questa è una scappatoia per le soluzioni amatoriali e kitsch.

Pertanto, l'esistenza di una tendenza alla pertinenza di qualsiasi forma di garantiti correzioni fattori negativi che portano alla degradazione della pratica professionale nel disegno.

Consideriamo le argomentazioni contro la tendenza di definire, in un modo o nell'altro, i principi di formazione di "infrastruttura" e "integrare" il tipo di design.

L'intero elenco di argomenti che arbitrariamente diviso in coloro che riflettono le sfide di sagomatura e di quelli associati con l'efficienza funzionale degli oggetti di design.

Problemi di formatura:

- Design "modellato" esclude principio importante nella costruzione di forme di progettazione - la sua legittimità. Sotto forma di legittimità si intende la validità di una particolare funzionalità di oggetti basati sulla configurazione di plastica e la personalità dell'autore. Specificità funzionale, figurativo, di contenuti socio-

culturali dell'oggetto percepito e compreso nel campo dei singoli copyright coscienza soggettiva, incarnata nella forma di una configurazione esclusiva. Trend nega ogni specificità e individualità per il bene delle vendite a breve termine fino ad oggi. Forma "Fashion" replica campione casuale come ideale estetico temporaneo.

- "Trending" shaping nega il principio di novità - la condizione più importante per creare un oggetto di design. Forme Ripetere astenersi lavorando per risolvere la tendenza cosciente al fine di garantire l'efficacia delle vendite prodotto popolare oggi e domani, logico, anche se non indiscutibile, nella progettazione del prodotto e non lasciate nelle industrie "Integrare e infrastrutture".

- Shaping da "campione" esclude comunicazione originalità attraverso forme di espressione plastica. Dichiarazione dell'autore è sostituita dalla moda "display con una frase popolare".

Problemi di funzionamento:

- La tendenza, infatti, in contrasto con l'inammissibilità di uso non autorizzato di oggetti registrati (forme). Ripetizione pubblicato forma autentica almeno eticamente irto come le collisioni legali massimi.

- Trend design elimina essenzialmente i vantaggi competitivi del complesso identificazione visiva definita in una serie di simile, in quanto nega l'originalità e la specifica espressione della sua forma.

- Progettare i confini della tendenza difficile e talvolta annulla la possibilità di identificare l'oggetto della simili o collegati a lui. Ciò è particolarmente importante nel campo della progettazione pubblicitario.

- La tendenza implica un oggetto di breve vita, come la popolarità del prodotto nel mercato di oggi non può essere lungo. Rilevanza per sostituire un altro deve venire allo sbiadimento interessi dei consumatori ricaricata nuovo slancio. Per gli oggetti di

"integrare" il design specie rapido cambiamento di aspetto non è possibile in linea di principio. L'interno del ristorante, progettato in stile moderno, al momento, domani, è probabile moralmente obsolete e richiedono la ricostruzione. E questo è un investimento sostanziale e tempi di inattività forzata, cioè, perdita di profitto.

Tutto il resto, "trend" shaping visivo favorisce il degrado ambientale. Quando lo stesso motivo visivo o forma che si apre qua e là, divenendo elemento intrusivo della realtà, c'è un pericolo di disagio psicologico in un ambiente esteticamente monotono. Utilizzando lo stesso form per indicare diversi oggetti contenuti conduce al disorientamento, incertezza informazione dei consumatori e la verità alla fine, riduce significativamente l'efficienza dei processi di comunicazione.

Una possibile spiegazione per l'esistenza e qualche giustificazione e seguire le tendenze nella pratica del design contemporaneo, a nostro avviso, è eccessivo dinamismo e la ricchezza della vita di oggi. Rapida evoluzione realtà con tutto il flusso crescente di informazioni diverse, complica sempre più lo sviluppo di un caleidoscopio di oggetti umani infiniti, fenomeni ed eventi. Manifestare la stabilità temporale degli approvvigionamenti, permette la tendenza dei consumatori "catturare" per un tradizionale qualche certezza, trovare un punto di partenza nel processo di formazione di una propria relazione con il circostante.

Tendenza socioculturale per la comunicazione - un fattore negativo. Neutralizzazione di questo fattore possibile, soprattutto aggiornando taluni impianti metodologici in materia di istruzione progettazione e lo sviluppo professionale degli operatori nel campo delle "infrastrutture" e "integrando" industrie di design.