

Т. Ю. Быстрова

Екатеринбург

ЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В УСТОЙЧИВОМ ДИЗАЙНЕ 2000-х гг.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: эстетика; устойчивый дизайн; экодизайн; зеленый дизайн

АННОТАЦИЯ: В статье говорится об эстетической составляющей продуктов устойчивого дизайна с попутным уточнением содержания терминов, используемых при характеристике экологических концепций, проектов, артефактов. Благодаря включению во внешнюю форму продуктов устойчивого дизайна природных материалов и форм, структур встает вопрос о выработке критериев красоты, стильности, эстетичности, при сохранении главной проектной установки по созданию гармоничной предметно-пространственной среды обитания человека.

T. J. Bystrova

Yekaterinburg

AESTHETIC COMPONENT IN STEADY DESIGN of the 2000th

KEY WORDS: esthetics; steady design; экодизайн; green design

ABSTRACT: In article it is told about an esthetic component of products of steady design with passing specification of the contents of the terms used at the characteristic of harmless concepts, projects, artifacts. Thanks to inclusion in an external form of products of steady design of natural materials and forms, structures there is a question of development of criteria of beauty, stylishness, esthetics, at preservation of the main design installation on creation of harmonious subject and spatial habitat of the person.

В 2000-х гг. все возрастающую роль в формировании среды обитания человека играют продукты устойчивого дизайна. Будучи выполненными с соблюдением различных стандартов, они далеко не всегда несут эту информацию во внешней форме, по которой потребитель прежде всего оценивает изделие. Для большей «доходчивости» и активизации спроса на такие изделия дизайнер может предложить решение, природность которого, так сказать, не вызывает сомнений. Если в XX веке целесообразные и вместе с тем выразительные продукты дизайна зачастую расценивались как воплощение эстетичности и стиля, то новые подходы требуют уточнения эстетической шкалы: нарастание присутствия природного начала в объекте закономерно уводит от его

стиля как качества, обеспечиваемого культурой, не мыслимого без нее.

Целью работы является определение вариантов присутствия эстетического компонента в продуктах экодизайна с учетом их генезиса, а также соответствия промышленным и маркетинговым стандартам, выработанным в 2000-х гг.

Для преодоления разночтений относительно содержания понятия «устойчивый дизайн», необходимо сделать, как минимум, два теоретических уточнения. Во-первых, под *дизайном* в целом мы понимаем не любые «решения» или «конструкции» (как это порой происходит в англоязычном контексте), но, сообразно определению ИКСИД, эстетическую формообразующую проектную деятельность по созданию гармоничного пред-

метного мира с использованием промышленных мощностей и технологий. Согласно Т. Мальдонадо, предложившему в 1964 г. понимать дизайн как «творческую деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя. Дизайн стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которая обусловлена промышленным производством» [9]. Если следовать этой дефиниции, видно, что глубокое внутреннее противоречие возникает, так сказать, в самом сердце «зеленых» проектов: они создаются в промышленных условиях, но должны быть полезны не только человеку, но и природе, притом на протяжении всего жизненного цикла. Эстетические последствия создания «дизайна с экологической составляющей» (Ясутака Суге) тоже весьма противоречивы, ведь промышленно произведенная определенным тиражом форма может быть не только техногенной, но и обезличенной, а включение в нее неких «экологичных» элементов вовсе не гарантирует возникновения гармонии, как внутри формы, так и в ее взаимодействии с человеком.

Во-вторых, широкая распространенность термина «экодизайн» привела к его определенной девальвации. В последние годы все чаще говорится об *устойчивом дизайне*, имеющем более четкие смысловые границы, предполагающего тему соответствия стандартам и т.п. Его введение в данный текст требует упоминания о состоянии теории, где сегодня можно отметить наличие «блуждающих» определений, когда одни и те же характеристики приписываются то устойчивому, то экологическому, то зеленому дизайну (не говоря о более частных видах, типа биодизайна, green-дизайна, «органического дизайна» и т.п.). Так, Википедия [6] определяет экодизайн

как «направление в дизайне, уделяющее ключевое внимание защите окружающей среды на всем протяжении жизненного цикла изделия. В расчет берутся, в комплексе, все стороны создания, использования и утилизации изделия». При этом статьи об устойчивом дизайне в русскоязычной версии этого, становящегося все более авторитетным и цитируемым, источника пока нет. В другом месте читаем: «Sustainable design (дословно: устойчивый дизайн) – это философия создания отдельных объектов или же комплексное построение среды, основанное на принципах экономической, социальной и экологической устойчивости» [1]. Экологический дизайн (Ecological Design) в англоязычной Википедии определяется как «любая форма дизайна, которая минимизирует разрушительные воздействия на окружающую среду, интегрируясь с жизненными процессами». «Экодизайн – это интегративная, экологически ответственная дисциплина в дизайне. Она помогает объединить разрозненные усилия в зеленой архитектуре, устойчивом сельском хозяйстве (agriculture), эко-инжиниринге и других сферах [6]. Определения разнятся, но их дальнейшая расшифровка производится с помощью одних и тех же слов: эффективное использование энергии, следование стандартам, использование нетоксичных материалов, учет углеродного следа и т.п. [см., например: 2]. Во всех версиях, не принимающих во внимание проектирование дизайнером формы изделия (в свою очередь, позволяющей рассуждать об эстетике), авторы сосредотачиваются на вхождении продукта в среду, его нахождение в среде, не упоминая специфических черт и функций дизайн-продукта. Это размывает границы представлений о дизайне, его специфических проектных установках, становящихся не отличимыми от других видов проектной деятельности.

Несмотря на путаницу, в приведенных определениях есть позитивный момент. Например, использование слова «философия» применительно к проектированию объектов «устойчивого» дизай-

на, имеющее здесь значение некоторой мировоззренческой, ценностно-смысловой основы, направляющей деятельность, влияющую на выбор материалов, форм, технологий. Но журнальные и книжные комментарии, конкурсные и выставочные проекты под грифом «экологический дизайн» сплошь и рядом могут не удовлетворять этим, глубинным и серьезным, критериям.

Сразу отвергнем версию полной синонимичности трех наиболее часто встречающихся терминов – зеленый дизайн (как вариант: Green Design), экодизайн и устойчивый дизайн (Sunstainable Design). На наш взгляд, здесь есть не просто перевод, но возникающие благодаря присутствию русскоязычного контекста дополнительные смыслы. Как показывает опыт анализа терминов, они могут различаться по объему, времени появления и распространения в профессиональном языке, соотносительности с другими терминами.

Если проделать такую работу в отношении трех названных слов, получаем – хотя бы как повод для дискуссии – следующее.

По времени появления в русском контексте. Термин «экодизайн» встречается уже в 1980-е гг. (И. Привалова, О. Вайнштейн, Н. П. Гарин и др.). В это время происходит становление экологического сознания, уже существует бионика как подход к проектированию объектов, но содержание собственно понятия «экология» еще достаточно размыто. Поэтому имплицитно авторы включают в содержание понятия «экодизайн» использование природных материалов, в т.ч. не очищающихся химическими реактивами; следование формам ранних культур, живших в единстве с природой; создание биоморфных объектов с помощью современных технологий; постулирование тезиса о ненанесении вреда природе либо человеку и т.п. Прежде основную роль в оценке продуктов дизайнерской деятельности играла «хорошая форма», концептуальная разработка которой не включала в себя проблемы безвредности, большей

функциональности изделий, безотходных технологий производства, равно как и проблемы избыточного числа форм и товаров, дублирующих друг друга. Экологические вопросы расширили поле дизайна, не довольствуясь отныне только проективным этапом деятельности [5].

С точки зрения эстетики можно выделить два основных варианта формообразования: биоморфные решения, ошибочно отождествляемые с экодизайном; переработка наследия традиционных культур, порой подталкивавшая к стилизации. Биоморфные проекты разрабатывали многие дизайнеры XX века – Гаэтано Пеше, Арне Якобсен, Луиджи Колани, Марк Ньюсом, др. (рисунком 1), – в том числе с вполне коммерческими, а не экологическими целями.



Рис.1

При этом во второй половине XX в., именно благодаря бурной коммерциализации дизайна, были во многом забыты идеи так называемого «органического дизайна», возникшего в 1930-х гг. и требовавшего визуального и функционального единства каждого нового предмета существующей природной и культурной среде. Если органический дизайн волевыми подталкивал к созданию относительно целостных и пропорциональных объектов разных масштабов, то биоморфизм мог довольствоваться в том числе и подражанием природным структурам на уровне внешней формы. Эта декоративность приводила к нарастанию художественно-образного начала в продуктах ди-

зайна, зачастую маскируя их техническую конструкцию. Она способствовала разнообразию изделий, но не усиливала эстетичность среды обитания человека.

Обращение к наследию, безусловно, необходимо, тем более что вещи ранних культур экологичны по многим показателям, от материала до процесса утилизации. Однако, согласимся, двигаясь в этом направлении, дизайнер тоже не свободен от возможности подражания на уровне внешней формы (что особенно заметно по проектам в этническом стиле в любом виде дизайна). Эстетика традиционных вещей включает в себя огромное количество сакральных смыслов, внедренных в структуру предмета, сопровождающих его изготовление. Поверхностный взгляд, ищущий экзотики, может не только не заметить, но и разрушить их. Следование логике традиционной вещи не всегда возможно и в чем-то противоречит исходным установкам дизайнера. К примеру, создание предмета для другого, каковым является дизайн, здесь отсутствует, и чаще человек обслуживает себя (или близких людей) сам.

По мере нарастания тенденций и направлений прилагательное «экологичный» в отношении продукта дизайна, его материала, особенностей внешней формы становится настолько широко распространенным, что может сопровождать почти любые решения, от дверного звонка, окруженного искусственными фиалками, до энергосберегающих домов.

Наиболее спорным и неуместным это слово выглядит при сопровождении мебели, выполненной из цельных кусков дорогой древесины (например, называемое комментаторами «футуристичным» кресло Rocking Whell-Chair, дизайнер М. Келер, рисунок 2) или включающей в себя фрагменты земли и травы (например, намекающий на некий хеппенинг стол, дизайнер Э. Веттстайн, рисунок 3). В первом случае возникает противоречие между гармонизацией состояния человека посредством воздействия природных материалов и непоправимым уроном, наносимым природе вырубкой деревьев. Если

учитывать существующие стандарты, предмет из дерева считается экологичным и устойчивым в случае, когда компания, которая рубит, организует полноценное управление участком леса и его восстановление (основным подтверждением этому служит FSC-сертификация, <http://www.fsc.ru/index.php?mod=page&id=181>).



Рис.2



Рис.3

Значит, если дерево для дорогого футуристичного кресла заготовила FSC-сертифицированная компания, то заявление об экологичности справедливо, хотя и ничем не подтверждено именно в форме кресла, непосредственно зависящей от дизайнера. Во втором, глядя на траву, растущую из столешницы, «обычные» люди терзаются вопросом о возможности появления насекомых, и их негативные эмоции, вероятно, тоже должны учитываться в общей оценке экологичности дизайнерского решения.

Эстетическая составляющая этих продуктов в любом случае не может быть

самоцелью, ибо, прежде чем предлагать какой-либо материал или технологию, дизайнер должен узнать их происхождение, соответствие стандартам и т.п.;

Термин «зеленый дизайн» чаще всего используется в 2000-е гг. и имеет довольно неопределенные смысловые очертания, от буквального включения зеленого и природного (цвета, материала, среды) до корреляции с идеями green-маркетинга, ответственного потребления и т.п. По запросу «green design» поисковая система Google выдает статью Википедии Sustainable Design.

Вероятнее всего, аналитики Google пришли к выводу, что green и sustainable – это взаимозаменяемые синонимы, основываясь не столько на формальных характеристиках продуктов, сколько на сопутствующих, контекстных словах и продуктах, о которых запрашивают люди. В качестве еще одного примера можно привести книгу «Green design» [8], содержащую широкий ряд продуктов, от вязаных игрушек и «ювелирных» украшений из аптечных резинок (в большей степени handmade, чем дизайн) до настенных часов из вторичных деталей. Пожалуй, наиболее адекватным этому слову является коврик для ванной, сделанный, точнее, состоящий из мха, который подпитывается водой, скатывающейся с человека, и не требует освещения, когда ванная комната закрыта (рисунок 4).

Интуитивно либо под влиянием рекламных текстов большинство из нас сопрягает «зеленый дизайн» с экологически-чистым сырьем, возможно, специально выращенным и более дорого стоящим. Именно по причине связи с маркетинговыми технологиями здесь может эксплуатироваться зеленый цвет и обработка внешней формы изделия натуральными материалами, как бы намекающими на некую экологичность. Но если решение в целом не соответствует экологическим стандартам, не предполагает устойчивого жизненного цикла, не нацелено на энергосбережение и т.п., оно представляет собой вариант greenwashing – зеленой

«отмывки», подделки под собственно зеленый дизайн;



Рис.4

Термин «устойчивый» дизайн и сегодня редко встречается в текстах глянцевого журналов и рекламных буклетов, но производители, стремящиеся позиционировать себя на рынке определенным образом, используют именно его, притом, во все возрастающих масштабах. Его содержание и некоторые направления развития «устойчивого дизайна» раскрыты ниже.

По связи с формообразованием в дизайне. Термин «экодизайн», на наш взгляд, не предусматривает опоры на какие-либо четкие принципы формообразования. Если посмотреть на иллюстрации, предлагаемые Yandex или Google, по слову «экодизайн», то можно увидеть практически все приемы, обеспечивавшие прежде разработку формы в дизайне, от художественно-образного метода (ванна, похожая на скорлупу ореха и т.п.) до элементарного учета среды обитания (дом в лесу, ландшафтный дизайн и т.п.).

Иногда в текстах упоминается опора экодизайнера на идеи бионики, но реализация этой установки происходит непоследовательно, порой тоже ограничиваясь внешним подражанием. Это порождает большую размытость эстетической шкалы экодизайна и трудность его комплексной оценки (например, кресло Tree-Root chair из весящего более чем 100 кг цельного куска древесины, рисунок 5).



Рис.5

На деле ни один предмет не может относиться к экодизайну только из-за своей формы. К примеру, экологический дизайн предмета может привести к биорфному решению. Но не наоборот: биоморфизм не означает автоматической принадлежности экодизайну. Это расхождение между формой и сутью никогда еще столь остро не стояло для дизайнеров, изначально нацеливавшихся на рациональное формообразование. Прежде рациональная (целесообразная) форма оценивалась как эстетичная, выразительная, гармоничная. Применительно к экодизайну эта шкала оценки не действительна: рациональная и даже эстетически-привлекательная форма предполагает «здоровую» основу своего создания, функционирования и утилизации.

Термин «зеленый дизайн», если судить по иллюстрациям в Интернете, чаще всего предполагает либо присутствие зеленого цвета в решении, либо наличие элементов ландшафтного дизайна. При этом природная составляющая проекта может быть настолько велика (дом, увитый плющом), что говорить об эстетике как следовании замыслу человека и следствии рукотворности не представляется возможным. Подразумевается, что природные компоненты гармоничны, красивы и полезны для человека.

Термин «устойчивый дизайн» связан с идеями ресурсо- и энергосбережения, при этом формообразование никак не поясняется. Потребность в устойчивом дизайне может обеспечиваться абсолют-

но техническими, рациональными формами (например, техническое обеспечение «умного» дома), почти не отличающимися по своей эстетике от функционалистских решений XX века.

По идеологическому наполнению, с учетом существующих определений. Экодизайн – отсылка на ненанесение вреда человеку (чаще, чем природе). Например, проходящая раз в два года в Санкт-Петербургском политехническом университете конференция по экодизайну в 2011 г. формулировала свои цели как: привлечение внимания к ключевым проблемам охраны окружающей среды и экологической безопасности региона; демонстрация возможностей дизайна в формировании экологического сознания и экологической культуры; обсуждение гуманитарных проблем дизайна [3]. При таком подходе дизайн превращается, скорее, в инструмент медиа по донесению «зеленых» идей, чем в носителя собственных экологических характеристик. Другой вариант – обоснование оценки изделий, выполненных вручную, как более экологических, – созвучен идеям У. Морриса, стоявшего у истоков дизайна и считавшего необходимым отказ от промышленного способа изготовления, возвращение к средневековым ремесленным технологиям производства вещей.

«Зеленый» дизайн – акцент на «сделанность» из природного вещества или материала в русскоязычных текстах; связь с идеями консьюмеризма, осознанного потребления (responsible consumption) и green-маркетинга в англоязычных источниках. Контекстом для этого термина чаще служат маркетинговые и PR-материалы, благодаря чему «зеленый» дизайн превращается в инструмент продвижения продуктов с коммерческими целями.

Устойчивый дизайн – акцент на ненанесение ущерба окружающей среде, «работающий» на экономическую, социальную и собственно экологическую устойчивость. Согласно взглядам сторонников «устойчивого дизайна», продукт должен быть экономически оправдан-

ным, социально необходимым и востребованным, экологически безопасным. Границы последнего неуклонно расширяются: так, в 1990-е годы господствовала концепция «от рассвета до заката» – Cradle-to-Grave, ставящая акцент на безвредности продукта на протяжении его жизненного цикла; в 2000-х ее сменяет концепция «от рассвета до рассвета» Cradle-to-Cradle (автор W. McDonough), предполагающая развитие темы перерождения вещей или материалов, как например, в коллекции одежды из органического хлопка, льна и переработанного полиэстера у H&M (2011).

Оговариваются возобновляемость природных ресурсов, нетоксичность материалов и их пригодность к переработке, энергозатраты, пригодность для коммерческого ресайклинга (книжные полки из использованных велосипедных покрышек от System Design Studio) и т.п. В ряде случаев (например, статья о небольшой дизайнерской фирме Köln-Jakarta Recycling-Design [7]) подчеркиваются условия справедливой оплаты работников в третьих странах, отказ от использования детского труда (Fair Trade). При все расширяющемся круге социально- и экологически-положительных моментов эстетика проектов может выглядеть наивной, несерьезной, лишенной статусности и т.п., к чему не привыкло большинство потребителей дизайнерской продукции (указанная выше компания производит светильники из трубочек для коктейля). Потребитель словно бы предварительно соглашается на некоторые условия игры в eco-friendly: «Плачу за остроумие и гуманизм, как это выглядит и сколько прослужит, – второстепенно». И хотя в рамках концепции Fair Trade можно реализовать дизайн любого ценового сегмента, внимание комментаторов чаще сосредоточено на «светильниках из трубочек». Представить «зеленые» бриллианты и другие атрибуты роскоши довольно сложно да и вряд ли необходимо в условиях, когда крупнейшие дизайнеры и архитекторы переориентируются на создание энерго- и ресурсосберегающих до-

мов, экономичных банковских интерьеров и т.п. Эстетика ближайшего будущего – это эстетика простоты, неброскости, анти-гламура и анти-шика.

Невозможно не признать и определенный креативный эффект в случае, если дизайнер отказывается от материалов животного происхождения, токсичных красителей, признает только натурально обработанное сырье, предполагает разложение материала в естественных условиях и т.п. Поиск формы в ограниченных условиях может привести к оригинальному, свежему решению.

По объему понятий и их логическому взаимодействию:

Представляется, что наиболее общим понятием должно быть словосочетание «устойчивый дизайн», в том числе в силу проработанности ценностно-мировоззренческой, в том числе этической, составляющих. Тогда «зеленый» дизайн может даже частично не входить в содержание представлений об устойчивом дизайне, поскольку окрашивание в зеленый цвет, равно как и активизация потребления товаров не в полной мере соответствуют принципам устойчивости. «Экодизайн» – термин, имеющий слишком разное толкование в теоретических текстах и повседневной профессиональной речи, что затрудняет рассуждение.

Переходя к анализу эстетики проектов 2000-х гг., хотелось бы упомянуть доклад японского индустриального дизайнера Ясутака Суге (Yasutaka Soge) на конференции «Экодизайн 2002» «Дизайн изделий с экологической составляющей». Такая формулировка позволяет представить весь спектр подходов к экопроектированию, притом с учетом целей проекта и способов реализации исходных установок.

Не перечисляя все десять концепций «дизайна с экологической составляющей», обозначенных тогда Ясутака Суге, укажем на достаточно нехарактерные, как бы не укладывающиеся в представления об экодизайне на уровне обычного сознания, но перекликающиеся со сказанным выше.

Концепция «*Экономия*» (Saving) подтверждается у Суго примерами унитаза, совмещенного с фонтанчиком для мытья рук (скорее, конструктивное, нежели собственно дизайнерское решение); рулона туалетной бумаги с квадратной сердцевинкой, снижающего потребление бумаги, а также расходы на упаковку и хранение (то же самое); трансформируемых бутылок из-под минеральной воды, становящихся вазами, с критической оговоркой «вряд ли мне нужна в доме больше, чем одна ваза для цветов. Тем более из пластика» [4. С. 16]. Этот последний пример больше соответствует идее ресайклинга (recycling) и может оговариваться как особое направление развития «устойчивого» дизайна. В качестве иллюстраций можно привести одноразовую посуду из листьев, либо с добавлениями злаков, семечек и проч., разлагающуюся после использования.

Подход «*Удаление*» (Removal) предполагает, прежде всего, учет свойств материалов. Суго призывает не использовать винилхлорид, горящий с выделением диоксинов, переходить на клей без сульфатов и т.п., не иллюстрируя свои тезисы конкретными примерами. Тем самым в значительной степени стирается граница между техническим конструированием и дизайн-проектированием, поскольку ни о каких формальных качествах изделия речи не идет.

Еще один подход, «*Простота*» (Simplicity), обозначается Суго как «сердце экологии»: «Создавайте продукцию, чем проще, тем лучше. Отсекайте ненужные элементы, чтобы получить в перспективе эстетически выверенные продукты» [4. С. 20]. Здесь мы находим едва ли не единственное упоминание об эстетике, причем впечатление такое, будто японский дизайнер постоянно имел это качество в виду, но читатель, не погруженный, к примеру, в японскую культурную традицию, может этого не увидеть. В качестве примера Суго приводит складную лестницу из алюминия, имеющую в сложенном состоянии толщину 40 мм.

Удивление (но и признание правомерности подхода) вызывают проекты с длинными «цепочками» предпроектных размышлений и, соответственно, экологических последствий реализации той или иной концепции. «...Новый поезд в Токио весит всего 65% по сравнению с предыдущим благодаря использованию новых материалов и новой конструкции. Сутью этого проекта было использование меньшего количества материалов. И благодаря новому подходу к решению конструкции, новым технологиям в производстве этого поезда затраты на поезд сократились вдвое. (...) Считается, что раньше поезд можно было использовать в течение 30 лет, но новый поезд можно использовать гораздо меньше. Нужно было прикладывать большие усилия, чтобы поддерживать предыдущую модель поезда в надлежащем состоянии...» [4. С. 21-22].

Понятно, что сокращение расходов на производство и сокращение жизненного цикла поезда приводят к ненужности изготовления запчастей, их доставки и складирования, а облегчение конструкции тоже способствует экономии энергоресурсов. Суго упоминает и о человеческих ресурсах, затратах труда. Однако, выделить в этом описании то, что относится собственно к дизайну (например, проектирование интерьера вагона, позволяющего с комфортом разместиться большему количеству пассажиров, или поиск динамичной – и потому выразительной – внешней формы, увеличивающей скорость или снижающей вес вагона) чрезвычайно сложно.

Из примеров видно, что дифференциация подходов в японском «дизайне с экологической составляющей» происходит не столько по материалам или формообразующим признакам, не по типам изделий, а по исходным концептуальным проектным установкам дизайнеров, имплицитно включающим в себя представления о красоте, в том числе сформированные под влиянием традиционной японской эстетики.

Для всесторонней оценки продуктов устойчивого дизайна и не забывать об его эстетической миссии, то, на наш взгляд, нужно:

А) четко разделять коммерческие и некоммерческие проекты с экологической составляющей. Понятно, что рынок требует «очевидности» присутствия экотренда во внешней форме изделия, а не только разъяснений о качестве клея или конструкции. В свою очередь, это накладывает отпечаток на эстетическую составляющую проекта, выражающийся в броскости, оригинальности, парадоксальности, чрезмерной художественности решения. Показная экологичность профанирует идеи как дизайнера, так и устойчивости, что должен четко понимать дизайнер, вступающий на путь экопроектирования;

Б) соразмерять эстетику вещи с неподготовленностью (неинформированностью) больших групп потребителей, которым сам дизайнер может дополнительно указать на экологичность продукта. Так, про ноутбук вряд ли скажут, что это продукт устойчивого дизайна. Но легче поверят этому ярлычку, если электронное устройство облачится в деревянный футляр. Значит, дизайнеру требуются дополнительные средства доказательства принадлежности его проекта к сфере экологии;

В) учитывать социокультурные особенности эстетической шкалы. К примеру, представитель культуры с протестантскими корнями легче и проще воспримет идею упрощения или ограничения формы, чем носитель русской ментальности, на подсознательном уровне

стремящийся к яркости или чрезмерности формы, вдобавок при этом порой отождествляемыми со статусностью;

Г) говоря об экостиле или стиле устойчивого дизайна, понимать, что стиль как один из критериев оценки продукта дизайнера – явление сугубо культурное. Тогда нарастание присутствия природного начала в каком-то объекте либо уводит от стильности в ее традиционном понимании, либо порождает некий новый стиль, критерии которого еще не обсуждены научным и профессиональным сообществом;

Д) считать верхней планкой эстетического формообразования в дизайне создание вещей и систем вещей, формы которых аналогичны органическим. Только в случае преодоления взгляда на форму как на поверхность изделия дизайнеры придут к действительному синтезу эстетического и экологического начал.

В настоящее время еще не существует шкалы эстетической оценки продуктов устойчивого дизайна. В основном это связано с тем, что основные требования к устойчивому дизайну диктуют стандарты и технологии. Опора на них со стороны проектировщика как бы гарантирует положительную эмоциональную и эстетическую реакцию адресата дизайна. Это не уводит теорию и практику дизайна от ее изначально важнейшей задачи – создания гармоничной предметно-пространственной среды. Сегодня, в связи с развитием устойчивого дизайна, необходимо пересмотреть существующие определения и соотносить между собой экологические и эстетические характеристики продуктов дизайна начала XXI века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Устойчивый дизайн. URL: http://lowfatwear.com/?page_id=81 (дата обращения 30.01.2012).
2. Экодизайн – естественная красота // Interior Design News. [Электронный ресурс]. – URL: <http://interior.eds.co.ua/ekodizajn.php> (Дата обращения 29.01.2012)
3. ЭкоДизайн 2011. Лес и парки. 4-я Междунар. конф «Мониторинг глобальных экологических проблем средствами медиа- и графического дизайна». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ecodesign.spbstu.ru/about/ru> (Дата обращения 09.02.2012)

4. Дизайн. Документы-3. Сборник материалов. – Тюмень, 2003.
5. Курьерова Г. Г. Экологическая ориентация в современной проектной культуре Западной Европы. // Социально-культурные проблемы образа жизни и предметной среды. Труды ВНИИТЭ. Вып. 52. Сер. Техническая эстетика. М.: ВНИИТЭ, 1987. С.85-99.
6. Sustainable design. [Электронный ресурс]. – URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_design (Дата обращения 15.01.2012)
7. Köln-Jakarta Recycling-Design, или немного о дружбе народов. [Электронный ресурс]. – URL: http://thegreenville.ru/blog/ko_j/2011-03-05-357 (Дата обращения 12.04.2011)
8. Green Design. Mark Batty Publisher, 2006.
9. Дизайн. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ernica.ru/zeta/> (Дата обращения 23.02.2012)