



Уральский
федеральный
университет

имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

Институт государственного
управления
и предпринимательства

Т. Ю. БЫСТРОВА

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

Т. Ю. Быстрова

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Рекомендовано методическим советом УрФУ
в качестве учебно-методического пособия для студентов,
обучающихся по программе бакалавриата
по направлению подготовки
031600 «Реклама и связи с общественностью»,
по специальности 030602 «Связи с общественностью»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2012

ББК Ю251.1я7
Б955

Рецензенты:

кафедра технологий социального проектирования Екатеринбургской академии современного искусства (заведующий кафедрой П. А. Путинцев);

А. В. Коротич, доктор архитектуры, заслуженный изобретатель Российской Федерации (Уральский научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт Российской академии архитектуры и строительных наук)

Быстрова, Т. Ю.

Б955 **Философия дизайна : [учеб.-метод. пособие] / Т. Ю. Быстрова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. — 80 с.**

ISBN 978-5-7996-0691-6

Для освоения базовых тем курса «Философия дизайна» предлагаются теоретический минимум, семинары, а также контрольные вопросы и задания, включающие тесты и фрагменты методологически значимых текстов теоретиков и практиков дизайна.

Адресована студентам гуманитарных специальностей и направлений подготовки.

ББК Ю251.1я7

ВВЕДЕНИЕ

Содержание курса «Философия дизайна»

В предлагаемой версии курс «Философия дизайна» предназначен студентам, обучающимся по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама». Естественен вопрос о том, зачем специалистам по коммуникациям необходимо иметь представление о дизайне и дизайнерах, что именно им нужно знать из этой обширной и бурно развивающейся области деятельности, в каком объеме и формате нужны эти сведения. Адаптируя курс именно к коммуникативным специальностям, можно выделить три основные точки пересечения дизайна и PR-деятельности:

— Взаимодействие специалиста по коммуникациям с дизайнером в каком-либо общем графическом или веб-проекте (оформление буклета компании, каталога, подготовка рекламного макета для журнала, работа над сайтом компании и т. п.). В данном случае знающему правила и технологии оформления текста дизайнеру необходимо разъяснить, какие именно коммуникативные задачи решаются в проекте, чтобы он смог найти выразительные и композиционные средства для достижения этих целей.

— Такое же взаимодействие с дизайнером, но в предметной сфере (выставочный стенд, входная группа, интерьер для ведения переговоров, бизнес-сувениры и т. п.). Здесь PR-специалист попадает в непривычную для себя предметную сферу, где необходимо ориентироваться в стилях, материалах и технологиях, представлять объемно-пространственное решение, знать психологию восприятия форм, цветов, фактур и т. п.

— Необходимость написания текстов различного характера по поводу достоинств или недостатков дизайн-продукции.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Содержание курса «Философия дизайна»	3
Категориальный аппарат	5
Основные проблемы курса	6
Тема 1. Философское представление о дизайне	15
Тема 2. Понятие «вещь» в философии дизайна	28
Тема 3. Эстетическая природа дизайна	31
Тема 4. Специфика проектирования вещи в дизайне	39
Тема 5. Понятие «форма» в философии дизайна	47
Тема 6. Функциональность вещи. Роль техники в дизайне	54
Тема 7. Смысловая структура вещи	56
Тема 8. Специфика стилеобразования в дизайне	62
Тема 9. Проблемы дизайнерского творчества	67
Этапы работы над креативным текстом о продуктах дизайна	71
Примерные темы рефератов и вопросы к экзамену	73
Список рекомендуемой литературы	75