

Московская Государственная Художественно-Промышленная Академия

им. С. Г. Строганова

Информационно-аналитическая справка

По результатам посещения выставки

с 27 февраля – 1 марта 2019 года

**«HouseHold Expo», «Stylish Home.Gifts», «Dacha Outdoor».**

Тема: «Актуальные направления и тенденции в дизайне промышленных товаров, в использовании цветовой комбинаторики и оформлении выставочных пространств на выставке HouseHold Expo»;

«Анализ дизайна тарелок с применением компаративного и структурно-рационального подхода.»

Выполнила студентка:

Пироженко Н.А

Москва 2019г.

Существует сфера художественно-технической деятельности, цель которой заключается в определении формальных характеристик промышленных изделий – это промышленный дизайн. Данная отрасль играет немаловажную роль в структуре мировых производственных компаний, занимающихся изготовлением автомобилей, бытовой техники, приборов связи и других видов продукции широкого потребления.

Каждый год приходят и уходят тенденции, которые влияют на появление новых форм, новых сочетаний разных оттенков и материалов в предметах.

Перечислим несколько актуальных тенденций 2018-19 года:

1) 3D Still Lifes.

Создание 3-D натюрмортов для оформления стендов,

2) Ux-дизайн.

Создание не только красивых вещей, но удобными и понятными в использовании; особый акцент на эргономику.

UX – User eXperience, что в переводе означает «пользовательский опыт», активно использует компания Apple и другие передовые бренды.,

3) Эко-материалы и охрана окружающей среды.

Дизайнеры активно применяют искусственную кожу и мех, продумывают возможность утилизации продукта после использования.

4) Greenvasion / «Зеленое вторжение»

Тенденция под названием greenvasion («зеленое вторжение») еще только набирает обороты. Люди осознали дефицит живой природы вокруг себя, поэтому тянутся к растениям, животным, свежему воздуху и ярким краскам. Дизайнеры идут на встречу и создают необычные решения: домашние оранжереи, сетки из цветочных горшков, оригинальные аквариумы и т.д. В

бытовой сфере часто можно увидеть растительный декор или своеобразные формы листа или цветка, его изгибы.

Тенденции меняются, а вместе с ними и проекты дизайнеров. Такие изменения можно проследить на различных выставках, одна из них HouseHold Expo.

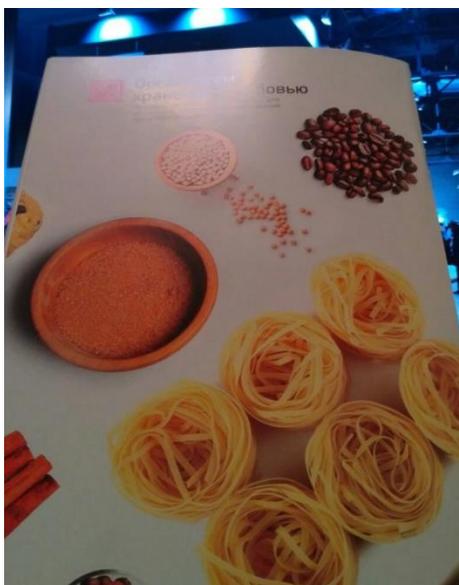
HouseHold Expo и Stylish Home ключевые в России выставки в сфере товаров для дома, предметов интерьера и подарков. Каждый год множество компаний принимают участие с целью привлечь еще больше покупателей своим товаром. Но это один пункт из всего списка задач, а самый главный: показать ноу-хау в своих экспериментах над дизайном и формой продукта. На таких выставках сразу видны ведущие и устаревшие тенденции.

Посетив ее, я узнала о частом выборе покупателей, новинках в дизайне посуды и о часто используемых цветах как во взрослой, так и в детской категориях.

Первая тенденция проявила себя в оформлении товаров компании Giaretti. Это Российская компания, ориентирующаяся на европейский дизайн. В оформлении площадки, организаторы информационно понятно разделили на разные подкатегории, украшая каждый стенд небольшим баннером.



В разделе посуды главным объектом является продаваемый товар, он единственный в цвете (рекламная новинка, быстро распространяющаяся во всем графическом дизайне).



На другом стенде эстетично расположена посуда для хранения специй и других продуктов, рядом ингредиенты подсказывают нам для чего использовать товар.





Фотографии взаимосвязаны между собой. Сами предметы оправдывают свою функцию, а стенды разъясняют как этим пользоваться.

Обратим внимание на посуду. С последнего посещения выставки я снова отмечу имитацию настоящей породы камня в сковородках и кастрюлях фирмы Deco.



Часто встречаются рисунки натюрмортов, фруктов на кастрюлях.



Такая подача товара вызывает у посетителя ассоциацию с дачей и природой. Эти детали-результат влияния тенденции «зеленое вторжение» (greenvasion).

Что насчет тенденции эко-материалов?

Стоит выделить, довольно необычное для меня, открытие в бытовой химии-производитель Mis Matreshka. Их главная изюминка заключается в особой «формуле чистоты». Это эволюция в зеленой химии, т.е средство экологически безопасно как для человека, так и для природы (при переработке остатков меньше вреда окружающей среде по сравнению с остальными средствами). На фотографиях можно рассмотреть уже полученные награды и разнообразие применения (посуда, полы, мыло, кондиционер, средства для стирки).

**КУБАНЬБИТХИМ**  
Безопасность чистоты

**Matreshka**

Производство бытовой химии, профессиональной бытовой химии и контрактное производство – основные специализированные направления работы компании «КубаньБытХим».

Производственный процесс построен специализированным образом, что максимально оптимизирует выпуск новой продукции в современных рыночных условиях.

**Наши преимущества:**  
Собственное производство в Новороссийске,  
Контрактное производство,  
Разработка СТМ под ключ,  
Успешный опыт специалистов,  
Эффективная сеть поставщиков и партнеров,  
Обширный пакет собственных производственных разработок и баз.

www.kubanbthim.ru

Наша компания имеет большой опыт в производстве бытовой химии, грунтовок и пластификаторов, вся продукция создается на основе передовых технологий и в соответствии с российскими стандартами качества.

При производстве профессиональных моющих средств используются современные формулы встенивания, обезжиривания и дезинфекции, разработанные в собственной лаборатории на основе достижений мировых ученых. Качество производства контролируется специалистами компании с учетом современных нормативов и правил.

www.kubancst.ru

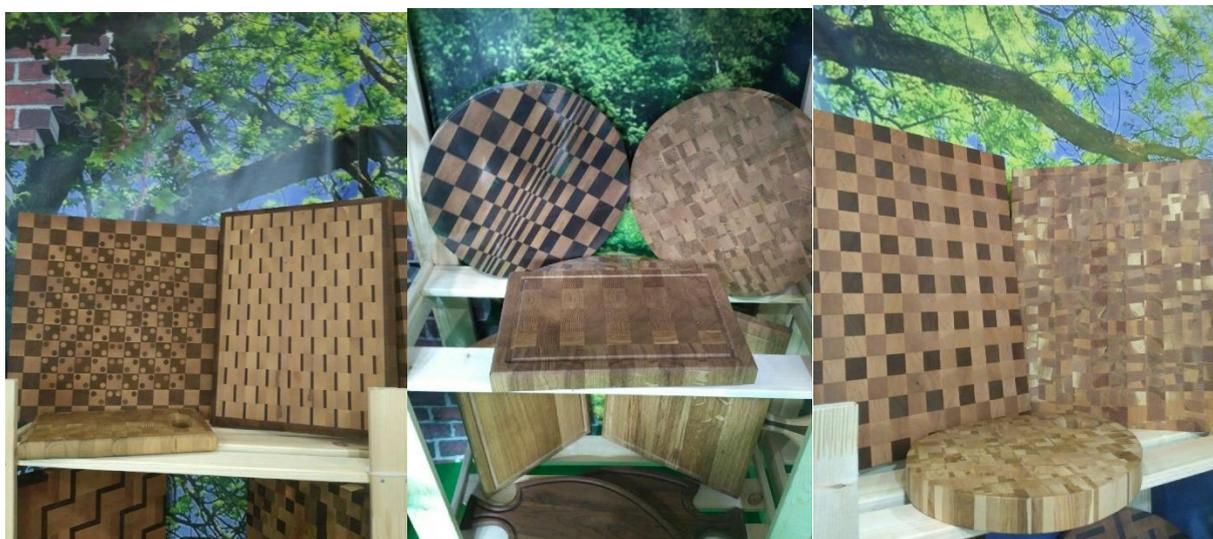
(скан брошюры)



Из-за желания угодить покупателю, на рынке есть противоречивая тенденция, характеризующаяся стремление к органике (ко всему натуральному, акцент на состав/ материал товара).

Компания АСwood занимается изготовлением торцевых разделочных досок из разных пород дерева (береза, клен, ольха, дуб). Помимо натурального материала, одной из особенностей производителя является гигиена: доска имеет антибактериальный эффект и не допускает затупления ножей, при использовании.

Данный стенд привлек меня необычным дизайном и подачей, на фотографиях:







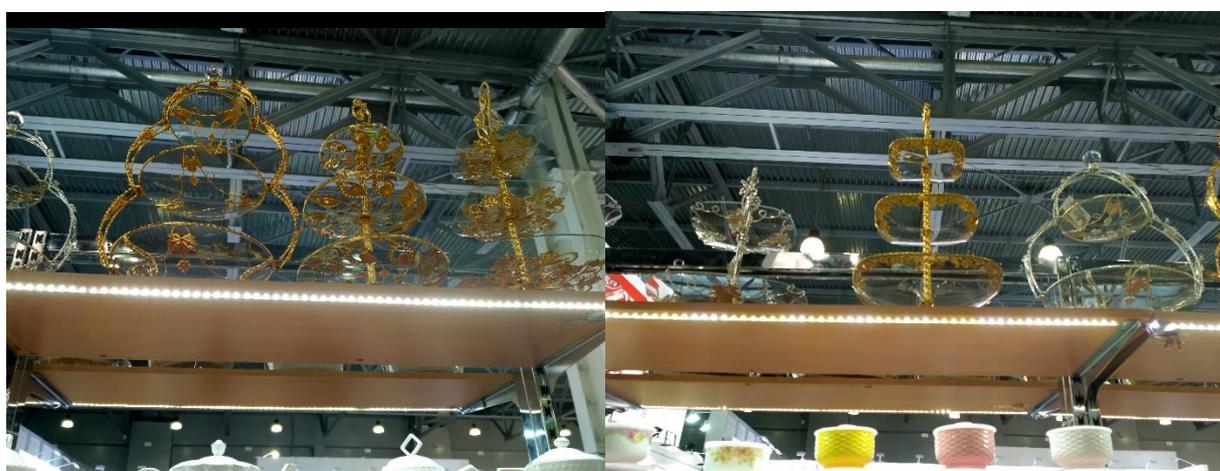
Посуда оформлена в европейском стиле направления минимализм- «просто и со вкусом», а золотые акценты придают элегантность.

Из одного интервью BERLOGOS с Владимиром Самойловым из дизайнерского консалтингового агентства Matveyev Samoylov concept development, можно еще раз убедиться, что данное направление сейчас в тренде.

*«Появилось течение, которое мы называем поэтический минимализм.*

*Классический минимализм, который все знают, был по ощущениям эстетско-пересушенный. В нём не было жизни, эмоций. Чистая функция, где убрано всё лишнее. В поэтическом минимализме вещи также сделаны минимальными средствами, но при этом они эмоциональны и образны. В Милане в этом году этого стиля было много.»*

В этом стиле выполнены и фруктошницы.



На фотографиях можно видеть влияния тенденции «greenvasion»: металлические завитки и небольшие листья отсылают к природе, а также создают элегантный образ, выделяющий товар среди других полок. По составу стекло прочное, т.е. не требует особого трепетного обращения, но, как и вся стеклянная посуда, может разбиться.

Еще одной из новых тенденций является викторианская эпоха.

Орнаменты и рельефы - самый праздничный стиль сервировки стола. Это может быть ручная роспись, контрастные монохромные рисунки, этно мотивы, геометрические принты либо фантазийные пейзажи города. Самое важное – рисунок должен быть насыщенным и ярким. Эффектно выглядит набор посуды в темном матовом и глянцевом исполнении.

Пример викторианской эпохи я увидела в столовых приборах.



На выставке я заметила компанию АКСАМ, производящих посуду ручной росписи. Турция всегда славилась своими изысканными орнаментами. На фотографии представлена коллекция «Хюррем» в нескольких вариантах. Название отсылает к прошлой Турции в период расцвета Османской империи.



Самый востребованный товар оказался из коллекции Dariis-аксам.



Он выполнен в более современном стиле, «на европейский лад», но содержит в себе сдержанный рисунок (убывающий ритмический ряд кругов создает современный геометрический орнамент). Причиной популярности данной посуды является не только рисунок, но и используемые цвета. Сейчас в тренде цвет серебра и «земельный» цвет. Не удивительно, что покупателя привлекает такая посуда.

Что касается цветовых тенденций 2019 года. Какие сейчас окружают нас на полках магазина?

### 1. Коралловый цвет

Для 2019 года по мнению “Pantone” цвет года — коралловый. Ярче, чем розовый и мягче, чем красный, коралловый цвет смотрится фантастически. Его выбор является признанием коралловых рифов, которые находятся на грани исчезновения по всему миру.

*«Цвет — это увеличительное стекло, с помощью которого мы ощущаем нашу жизнь. Это особенно верно для кораллового цвета»*

© журнал Форбс; исполнительный директор Института цвета “Pantone”

Литриса Эйсман.

### 2. Яркие цвета

В современном мире, где первые впечатления формируются за доли секунды, цвет может помочь привлечь внимание и передать некий посыл. В этом году самый лучший способ для этого — использование ярких цветов. Многие компании включают такие цвета в свои маркетинговые кампании. Они придают дизайну футуристический вид, чтобы люди чувствовали, что бренд современный и свежий.

### 3. Розовый

По мнению многих, розовый — самый используемый и универсальный цвет десятилетия.

В 2016 году в “Pantone” назвали розовый цветом года, и с тех пор кажется, никто не может им насытиться.

Розовый цвет можно найти повсюду в мире дизайна — от листовок и маркетинговых материалов до современных iPhone.

Классический розовый продолжит оставаться в тренде, несмотря ни на что. Но в 2019 году спектр оттенков розового цвета будет популярен как никогда. Розовый — это цвет 2019 года в дизайне.

#### 4. Светло-зеленый

Светло-зеленый, розовый и фиолетовый за счет своей универсальности набирают популярность. Это три самых трендовых цвета 2019 года по версии “Shutterstock”.

Shutterstock” также обнаружила, что в настоящее время наиболее развивающимся цветом в мире и особенно на Западе является светло-зеленый (или по-другому “лайм”).

Зеленый “лайм” — это цвет, связанный с природой, уверенностью и энергией. По мнению экспертов по психологии цвета, он способствует бодрости, свежести и творчеству.

#### 5. Коричневый, земельный цвет.

*“Земельные тона могут стать главным трендом этого года”*

©Сью Уодден, директор по маркетингу в “Sherwin-Williams”

В компании предсказывают, что в предстоящем году особенно популярными будут такие цвета, как темно-коричневый и “овес”.

Чтобы преодолеть расстояние между природной естественностью и программным дизайном, эти расслабляющие земельные цвета идеально подойдут.

#### 6. Золотой цвет.

Золото олицетворяет роскошь, успех, богатство и триумф.

«Золото» долгое время было основным цветом в дизайне, но благодаря совершенству технологий как на экране, так и в печати — сейчас лучший момент, чтобы использовать золото в проектах промышленной сферы.

В соответствии со смелыми тенденциями 2019 года и отходом от приглушенных цветов 2018 года, использование золотистых оттенков поможет усилить узнаваемость и привлекательность дизайнов.

В достоверности популярности вышесказанных цветов я смогла убедиться на выставке.

Коралловый цвет периодически мелькал в свечках, столовых приборах



Яркий дизайн статуэтки собаки сразу привлёк внимание среди других монохромных товаров, чайники фирмы Mayer & Voch также выделяются на полке, акценты на ручках чашек той же и сочетание простого и крашеного стекла.





В фирме Mis Mateshka цвет средства не полупрозрачный, а ярко-голубой, зеленый и желтый.



Розовый преобладает в фирме Giaretti, категории уборки, детской категории, тарелок фирмы Loraine, сковородок и противней фирмы Desco.



Светло зеленый: фирма Giaretti в разделе посуды, китайский чайник фирмы Mayer& Boch, акценты на бутылках и сахарницах той же фирмы.



Коричневый цвет преобладает в наборе банок фирмы Logaine, особое внимание привлекает плетение, а темно-коричневые крышки создают имитацию дерева. Лучшим примером является фирма ACwood: сочетания разных пород дерева дают всевозможные оттенки коричневого, дизайн привлекает внимание покупателя. Фирма Svir также выпустила продукцию в коричневых оттенках



Золотой цвет изыскано смотрится как в минимализме, так и хорошо сочетается с прозрачным стеклом.



Стиль хохломы имеет спрос и сейчас. Такой дизайнерский ход не дает «умереть» данному направлению, отображая русскую культуру.



Таким образом, посетив выставку HouseHold Expo, я узнала о многих тенденциях (ведущих, устаревших и новых). Теперь больше понятен выбор покупателя, и почему тот или иной товар имеет больший спрос на рынке, почему, на вид простая и ничем непримечательная форма, считается в промышленной сфере свежим решением дизайна.

Трендовые цвета меняются каждый год, но теперь я больше знаю о ведущих и популярных оттенках 2019 года. Ознакомившись с выставкой, хочу сделать вывод, что заметила главенствующий зеленый и «земляной» цвет в предметах разных категорий, на втором месте-розовый разных оттенков (от нежных до пурпурных или малиновых).

\*\*\*

Дизайнеры стремятся создать что-то оригинальное, ориентируясь на последние новинки, но мало кто изучал досконально появление того или иного изгиба, грубого угла, ставшего трендом, или открытого цвета,

прошедшего целую эволюцию из разных сочетаний оттенков до конечного варианта.

Бесконечные изменения предметов прочно связаны со временем, а время с обществом, но парадокс в том, что общество задает конкретное время, ориентируясь на историю (прошлое). Таким образом «время» и «общество» в данном контексте являются синонимами, а значит одинаково оказывают влияние на изменения окружающей среды.

Чтобы проследить эти изменения, с древних времен люди фиксировали события через речь и буквы. На сегодняшний день существует несколько научных подходов, которые помогают понять с разных сторон происхождение и связь того или иного предмета со временем (обществом), его постепенную эволюцию (или деградацию).

Какие подходы существуют: деятельный, аксиологический, семиотический, герменевтический, биосферный, просветительский, генетический, компаративный, системный, структурно-функциональный.

Я применю компаративный подход.

Что такое компаративный подход-анализ и сравнения областей культур в определенном промежутке времени, обычно берется артефакт. Его анализируют, как он преобразовался в разных культурах, затем выявляют специфику изменений. Часто компаративный и генетический подход выступает в качестве единого метода изучения прошлого предмета.

Главным объектом изучения является категория: посуда.

Конкретный объект-тарелка.

Каждый день мы пользуемся посудой, жалуясь на избыток грязных тарелок в раковине, встречая в рекламе, торговых центрах на магазинных полках или в собственной столовой.

Сейчас существует множество решений в форме, цвете и материале данного предмета. Мы настолько привыкли к его наличию, что мало задумываемся каких преобразование претерпел предмет, чтобы стать таким, какой он есть сейчас: легкий, безвредный, доступный, долгосрочный и красивый.

Обратимся к прошлому.

Все имеют представление об образе жизни пещерного человека, может кто-то знает различные истории про появление домашнего скота или орудия труда. Но как возникли тарелки? Почему ими пользуется каждый человек в любом уголке мира?

История тарелки, как емкости, в которую накладывают пищу, началась еще в эпоху неолита. В то время для ее изготовления использовались глиняные жгуты. Постепенно навыки изготовления глиняной посуды совершенствовались, и в античном мире создание керамической посуды стало искусством. Именно тогда появились парадные тарелки, используемые во время торжеств, и декоративные. Эти разновидности делались не только из глины, но также из золота и серебра.





На Востоке, в частности в Китае, керамические тарелки появились в VII веке нашей эры. Однако в Европу они попали лишь в XIV веке в качестве подарка французскому королю от китайского императора.





В Средние века в Европе пищу клали на большие куски очень твердого хлеба, которые к окончанию трапезы пропитывались маслом. Потом их либо съедали, либо отдавали собакам. Позднее стали использовать дощечки с выдолбленным посередине углублением, однако на них еда имела горький привкус из-за впитавшегося и прогорклого масла. Жидкие блюда тогда ели из одной большой миски или нескольких плошек поменьше, но всегда по нескольку человек из одной.

В XIV-XV веках тарелки из олова, а также из золота и серебра, впервые начинают использовать во Франции. Они мало напоминали современные, так как имели четырехугольную форму.



На Руси история появления тарелок в обиходе начинается с XV века. До этого времени использовались глубокие миски из дерева или глины, размеры которых порой были весьма значительными. Из одной мисы могла есть сразу вся семья.



Считается, что само слово тарелка произошло от немецкого «талер», которое сначала трансформировалось в «тарель», а позднее в «тарелка» или «тарелочка».

Используя компаративный метод, можно сделать вывод, что с периода каменного века до 18 века тарелки имели разные формы, изменяясь под разной культурой каждой страны.

Отличительным признаком Китая, Японии или Индии считается орнамент и ручная роспись (позже и Турция), в Европе большее предпочтение отдавали серебряной, золотой и металлической посуде, ранние прототипы были четырехугольными (важный момент, так как сейчас трендом в посуде становится асимметричный авангардный стиль, где часто используются четырехугольные формы при создании тарелок).

Применим структурно-функциональный подход.

Это целостно-социальная культурная система, каждый элемент этой системы выполняет определенную роль в жизни общества. Этот метод помогает вычлениить все структурные элементы, понять, как они взаимодействуют между собой и культурой в целом, какая роль этих элементов и как выполняют поставленную задачу: обеспечение удовлетворения человеческих потребностей.

Из чего делали посуду прошлом? Какой материал был первым?

В 600 году до нашей эры китайцы начали делать тарелки из фарфора, и долгое время технология изготовления оставалась секретом. Фарфоровые тарелки, расписанные вручную, ценились в Европе на вес золота и были доступны лишь самым богатым. Кроме эффектных росписей, с проработкой мельчайших деталей и богатой палитрой, фарфор ценили и по другой причине. Тарелки из него получались тонкими, белоснежными, с мелодичным звуком, при этом достаточно твердыми. Они не боялись огня и влаги, хранить их можно было столетиями. Поэтому вазы, тарелки и чаши того времени дошли до нас почти неизменными.



Начиная с XIV века китайский фарфор распространяется по Европе, а в XVIII веке в немецком Мейсене впервые повторили эту технику, дав начало европейскому фарфору.



На Руси тарелки делали в простонародье из металла и дерева, а для царя — из золота и серебра. Часто заграничные послы «заимствовали» эти тарелки после трапезы, а чуть позже воровство распространилось и на серебряные ложки. Поэтому посуду для иностранных гостей делали специальную — из позолоченного или посеребренного металла. награждали за боевые и иные заслуги — вместо орденов, которые появились чуть позже и повторяли их форму.

Также в ходу были «миски» и «плошки» — то есть тарелки с плоским дном, неглубокие, а с XV века они стали персональными, а не только общими. Наконец, в XVIII веке из тарелок стали есть все, при этом сохранились и декоративные, из дерева и глины.



Как выглядят тарелки сегодня?

Есть десятки разных видов: для подачи блюд и отдельных порций, для супов и десертов, столовые и декоративные. Тарелки делают из керамики, фарфора, металлов (в том числе — драгоценных), дерева, пластика, хрусталя, стекла. Появилась также одноразовая посуда, которую не нужно мыть. Вместе с тем, по-прежнему в ходу тарелки из фарфора, в том числе — сделанные вручную. Они подходят и для декора, и для сервировки: фарфор используют твердый и долговечный, а глазурь и красители — самые стойкие. Фабрики Herend и Haviland изготавливают тарелки вручную, отдельно или в рамках сервизов. Есть серии, посвященные памятным событиям, выдающимся людям и знатным особам, а также — легендарным местам. Здесь продолжают лучшие

традиции твердого европейского фарфора, который поставляли для королевского двора, привлекают художников к созданию авторских серий и точно воспроизводят сюжеты вековой давности. Тарелки этих марок — настоящее семейное сокровище и произведение искусства, которое передают из поколения в поколения. В J.L.Coquet используют классические и современные формы и орнаменты, включая позолоту и рельефные узоры без росписи. Здесь создают коллекции в разных стилях, соединяя наследие прошлого и актуальный дизайн. Такие тарелки украшают, помогают связать воедино интерьер и сервировку стола.

(Примеры взяты с выставки NoseHold Expo 2019.)



Fruit cup series					
LZ0117 87g 190*90*100mm 750ml PACKING:11*11*8	LZ0120 153g 200*130*97mm 260ml PACKING:11*11*8	LZ0121 310g 230*100*135mm 300ml PACKING:11*11*4	LZ0122 170g 200*90*105mm 265ml PACKING:11*11*8		
Glass plate series					
LZ020901 880g 740*180*20mm PACKING:12*2*8	LZ020902 540g 220*170*20mm PACKING:12*2*12	LZ020903 350g 180*140*10mm PACKING:11*2*12	LZ020104 000g 250*174*25mm PACKING:11*11*8	LZ020105 480g 200*140*18mm PACKING:12*2*8	
LZ020109 230g 150*100*17mm PACKING:11*11*12	LZ010110 165g 125*78*20mm PACKING:11*8*12	LZ010111 105g 118*74*15mm PACKING:10*10*18	LZ020901 172g 148*78*25mm PACKING:11*8*12	LZ020301 850g 225*150*18mm PACKING:11*2*10	
LZ020302 495g 185*120*40mm PACKING:12*2*12	LZ020102 1000g 230*70*77mm PACKING:11*11*8	LZ0213 187g 300*250*13mm PACKING:11*11*8	LZ0214 187g 300*250*13mm PACKING:11*11*8	KTW247 18g 130*50*20mm PACKING:11*6*12	
KTW256 148g 134*85*21mm PACKING:11*8*12	KTW259 169g 109*44*13mm PACKING:11*8*24	KTW264 210g 157*67*20mm PACKING:11*8*12	KTW265 172g 130*60*22mm PACKING:11*8*12	KTW266-1 250g 130*88*22mm PACKING:11*8*12	KTW270 300g 145*77*20mm PACKING:11*8*12

Таким образом, я использовала два научных подхода: компаративный и структурно-рациональный подход. В первом методе мы узнали историю развития тарелок в прошлом (с каменного периода до 18 века), как они распространились и видоизменились в каждой стране, во втором подходе мы изучили ведущий материал и другие его виды, узнав почему фарфор так ценился в Китае.

Добавлю, что сейчас в промышленной сфере дизайнеры научились не только изменять формы, но и сочетать несколько материалов в одном. Появляется новая тенденция-совмещение искусственного и натурального в посуде или двух разных материалов виде переливов или плавных переходов, объемных ставок и т.д

Поэтому, если сравнить два разных временных периода, можно увидеть резкий эволюционный скачок в дизайне: от растительности и изображения истории или пейзажей к авангардным четким формам, эстетичным переливам или минималистической красоте, учитывая в таком разнообразии эргономику.