

ИГРЫ ВЗРОСЛЫХ

Д.Н. Рымжанов

Звуковой дизайн как самостоятельная наука и средство, применимое в широком спектре современного дизайна

Аннотация. В своей статье я рассматриваю понятие звуковой дизайн в контексте других направлений дизайна. На основе распределения дизайна по психофизиологическим принципам восприятия: зрительно-осознательные и зрительно-аудиальные. В статье приводится классификация отраслей дизайна, одной из которых является малоизвестная отрасль – звуковой дизайн. Учитывая глобальную интеграцию всех направлений дизайна, в статье затрагивается вопрос об увеличении внимания к понятию “звуковой дизайн”. В статье приводится авторское определение понятия “дизайн”. В рамках данной статьи исследуется актуальность понятия “звуковой дизайн” в повседневной жизни человека. Исследования основываются на принципах девиации звукового дизайна на фоне иных форм дизайна, как в бытовых нуждах, так и в нуждах образовательного процесса.

Данная статья затрагивает очень актуальный раздел творческо-технического направления дизайна, раскрывает его важность, как, возможно, самостоятельной науки, актуальной дисциплины для деятелей иных форм дизайна. Работа в развитии направления «звуковой дизайн» имеет прямое отношение к комфорту нашей повседневной жизни. Любой ведущий дизайнер должен иметь основные понятия звукового дизайна, иметь представление о специфике звука в его работе, должен уметь поставить задачи для дизайнера звука.

Ключевые слова: звуковой дизайн, звук повседневной жизни, звукозрительный образ, аудиовизуальный, мультимедиа, дизайн звука, зрительно-осознательный, зрительно-аудиальный, аудиальный, звукорежиссер

Определение звукового дизайна

Все, что окружает нас с вами, есть результат труда многих людей. Начиная с себя, на нас одежда, вещи, которые мы используем в повседневной жизни, атрибуты быта и инструменты для работы — это все результат работы людей, авторов. По сути, это все реализованные задумки и воплощенные замыслы. Помимо функциональности каждый предмет, с которым мы сталкиваемся, наделен определенными эстетическими качествами, он имеет свою художественную ценность, реализован в определенном гармоничном порядке деталей. Смело можно сказать, что любой окружающий нас предмет был создан дизайнером, или прошел в какой-то момент через дизайнерские руки. Из этого следует вывод, что окружающие нас в повседневной жизни предметы — результат дизайнерского труда: одежда, мебель, автомобили, канцелярские принадлежности, техника, интерьер, ландшафт и так далее. Любой труд, который основывается на

задумке, имеет концептуальную идею, чертеж, план, цветовое и функциональное решение, это и есть плод дизайнерской работы.

В любом учебном заведении, при подготовке профессиональных кадров, преподаватели стремятся как можно шире раскрыть понятие, расширить спектр понимания этой деятельности. Большинство ВУЗов готовят студентов по направлениям: графический дизайн, где средствами являются краски, цвет, свет, бумага, формы, композиции и пр., дизайн среды, где средствами являются предметы и материалы, дизайн костюма со своим специфическим набором инструментов и средств реализации. В этих формах дизайна результат всегда материален, имеется конечный продукт в виде завершённой работы, его можно передать, потрогать, пощупать, сохранить. Можно присвоить этим направлениям дизайна статус «производство материально-осозаемых результатов».

Однако есть ряд специальностей, которые наряду с вышеуказанным дизайном производят продукт, но он не материален. Он нацелен на возбуждение других рецепторов, это кино, ТВ дизайн и веб-дизайн. Результатом деятельности данного дизайна являются не материальные ценности, а виртуальные, которые невозможно потрогать, понюхать, но мы привычно пользуемся этими ценностями наряду с материальными. А труд дизайнеров производящих нематериальные ценности требует не менее профессионального владения своими, порой специфическими инструментами.

является графическое отображение задуманной информации, а другим является звук. Художники и дизайнеры, которые реализуют видимую часть данного проекта, называются веб и кино дизайнеры. Однако другой составной частью мультимедийного проекта является звук, работа над которым требует очень большого внимания и профессионального подхода. При работе со звуком имеются свои инструменты и формы, законы, правила, есть история, новаторы, изобретатели, теоретики. Иными словами, звук, это средство возбуждения слухового органа чувств и основываясь

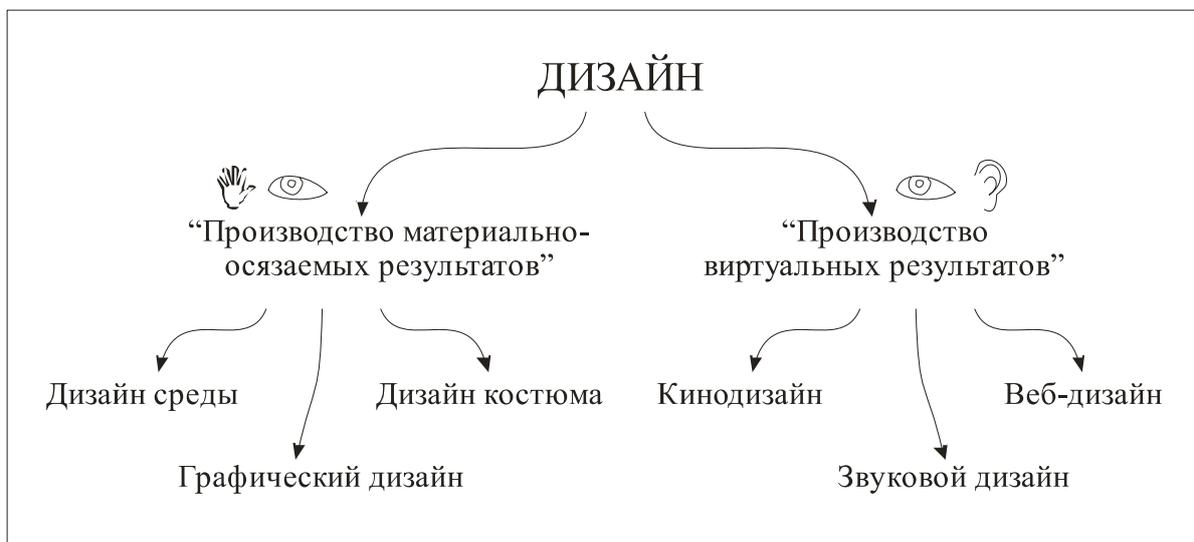


Рис. 1. Структура дизайна и направлений его отраслей

Другими словами, дизайн это не только реализация и задумка материальных, осязаемых ценностей, но и виртуальных, которые можно посмотреть, но невозможно потрогать, можно понюхать, но невозможно посмотреть, и продуктов которые можно услышать. Из учета вышесказанного, осмелюсь дать свое определение дизайна.

Дизайн – это различные формы передачи задуманной идеи, призванной возбуждать один или несколько рецепторов (органов) восприятия человека.

Если человек воспринимает результат работы дизайнера несколькими ощущениями, например изображение и звук, то данное ощущение можно назвать поличувственным, а процесс передачи этих данных медийный, то и получается — полимедийный, или мультимедийный предмет дизайна. К нему относится кино, телевидение, веб-технологии. Одним из факторов этих реализаций

на моем определении понятия дизайн, осмелюсь предположить, что работу со звуком можно полноценно назвать «звуковой дизайн».

Роль звука в повседневной жизни и в современном дизайне

Оценить важность и необходимость того или иного предмета или явления можно простым и доступным способом — удалением. Давайте представим, что остались только естественные звуки, шумы, речь, а звуки искусственного происхождения отсутствуют. Мы не слышим звонка мобильного телефона, не слышим объявления в метро, аэропортах, вокзалах, не слышим гудка несущегося автомобиля, безмолвный будильник предательски промолчал утром, по радио мы не услышали сводки о погоде, у вас в духовке сгорел ужин, а холодильник с не зарытой дверцей - протек. Мы привыкли к звукам, привыкли получать

от них информацию о том, что в автомобиле забыли пристегнуть ремень безопасности или не закрыли плотно дверь, о том, что лифт перегружен и не сдвинется с места. Это необходимые в повседневной жизни звуки, они создают комфорт, уют и безопасность, информируют нас, помогают нам, они порой незаметны и ненавязчивы, но они дополняют нашу жизнь, деликатно сопровождая каждый день.

Хорошо проработанный цвет, фактура, эргономичный дизайн некоторых предметов напоминает павлина — очень красивого и радующего глаз, но как зазвучит — настроение портится. Грош цена будильнику с самым шикарным дизайном и ночной подсветкой, если он вопит словно воздушная серена, и тикает так, что пол трясется. Не очень проработанная, звуковая, сторона тех вещей, что призвана помогать, а не пугать человека, ведет к падению интереса к этим вещам, и как следствие, к уменьшению продаж и крахом не только модели, но и целого бренда. А всего-то, на стадии проектирования, авторы и разработчики не задумались о том, как звучит это изобретение, не уделили должного внимания такому разделу как культура и дизайн звука.

Дизайнерские разработки, планы и проекты, готовые реализованные идеи - это только часть дела, часть процесса. Важным и актуальным моментом в работе дизайнера является презентация – это процесс представления финальной работы заказчику. Порой создать правильную презентацию и представить работу сложнее, чем создать то, что презентуется. Поэтому многие дизайнеры подходят к презентации с не меньшим энтузиазмом: В ход идут все доступные средства: учитывается время, место, обстановка, ресторанное меню, интерьер, световое цветовое решение помещения, обстановка, атмосфера, и даже запахи, используются презентационное оборудование: проекторы, компьютеры, микрофоны, звукоусилительная аппаратура. Это все призвано усилить эффект презентации как материальных предметов дизайна, так и виртуальных. Когда речь идет о презентации материальных объектов, то они представлены во всем своем великолепии и говорят сами за себя. Однако когда речь идет о презентации нематериальных дизайнерских решений, то организаторы вынуждены прибегнуть к иным средствам презентации по эффективности не уступающих презента-

ции материальных объектов, к ним можно отнести показ фильма, клипа, рекламного ролика. Здесь идет речь о полноценной работе именно над кинематографическим звукозрительным образом, где конечный презентационный продукт не должен уступать по качеству современным блокбастерам, так, для усиления маркетингового эффекта не редко презентации проходят в залах кинотеатров. В данном случае речь идет о производстве полноценного короткометражного фильма, где дизайнерами прорабатывается каждая сцена, обрабатывается каждый кадр, разрабатывается уникальное звуковое решение. Именно звуковой дизайн позволит добиться нужного эффекта, раскроет, дополнит видеоряд, позволит создать звукозрительный, аудиовизуальный образ. Именно на этих основах держатся понятия создания зрелищной рекламы, которая по сути и является презентацией того или иного продукта.

Не меньше внимания требуется уделять и презентации материальных проектов дизайнерской работы, к которым можно отнести выставки, показы, ярмарки, где требуется подготовка не только места и создания визуальной атмосферы, но и должно быть проработано звуковое оформление, к которым можно отнести объявления, шумы, музыку. Подбор звукового материала ложится на плечи автора мероприятия, и в лучшем случае нанимаются профессиональные музыканты или один музыкант, который на свое усмотрение создаст звуковой фон, прислушиваясь к пожеланиям заказчика. В данном случае заказчик должен внятно поставить задачу по звуковому дизайну, которую музыкант должен выполнить. Но музыкант или ди-джей это специалист в области музыки, а не дизайнер звука, он сыграет музыку по сценарию или плану, а вот именно этот сценарий и должен написать дизайнер, вместе с тем специалистом, который и готовит презентацию.

Так вот, важно что бы любой дизайнер мог сформировать и поставить задачи для реализации презентаций любого уровня, должен иметь достаточное представление о работе **всех направлений дизайна** (светового, звукового, художественно-постановочного, видео и веб-дизайнеров).

В чем суть звукового дизайна

Если профессия «дизайнер», ставшая столь популярной в наше время, уже не вызывает ни у

кого удивления, то профессия «дизайнер звука» пока необычна. Звуковой дизайн отличается от других видов дизайна тем, что он связан с художественным творчеством и созданием объектов не материальных, а аудиовизуальных: звуковых образов на экране, в видеоиграх, веб-приложениях и т.д.

Как дизайнер интерьера создает окружающее предметное пространство в соответствии с определенными требованиями моды, стиля, пожеланиями заказчика, так же и дизайнер звука моделирует звуковое окружение, звуковое пространство, насыщает его различными звуковыми элементами, при этом соблюдая особенности конкретного проекта и его жанра, стилистике, специфики экранного повествования, с учетом эпохи, особенности действующих персонажей, художественного и образного строя и т.д.

***Звуковой дизайн** – это процесс определения, приобретения, управления или создания звуковых элементов. Чаще всего включает в себя манипуляции из ранее записанного аудиоматериала, шумов, музыки или звуковых эффектов. Может включать в себя комбинирование, изменение в тональности, тембре, тепе и иных модификаций для создания необходимого эффекта или настроения.*

Благодаря возможностям новейшей аппаратуры звукозапись и обработка звука перешли на новый уровень, при котором стало возможным не только точное звуковоспроизведение, но и высококачественное моделирование звука, создание необычных звуковых элементов при помощи синтеза и обработки. Эффектные взрывы, всевозможные фантастические машины, звуки и голоса монстров, фоновые атмосферы планет и батальные звуки сражений в далеких галактиках — все эти и многие другие оригинальные компоненты кино и телевидения чрезвычайно востребованы в современном коммерческом кино и мультимедиа продукции. Без необычных звуков, созданных талантом дизайнера, действие на кино- и телеэкране не будет столь динамичным, эффектным и захватывающим.

Предлагаемый вид дисциплины уходит корнями в творческо-техническое направление в искусстве: «звуковое продюсирование», «звуковая режиссура», «звуковое оформление», где работа специалиста, чаще всего представляет именно дизайнерское решение звуковых задач. Например,

шумовое оформление в кино и телепроизводстве можно смело считать звуковым дизайном, написание музыки методом компиляции и модификации — также относится к звуковому дизайну. Подобно технике аппликации в графическом решении, звуковые дизайнеры создают компиляционные звуковые работы, которые могут быть как самостоятельными произведениями, используемые в радио эфире, веб технологиях, так и в сочетаниях мультимедийных проектов в кино, телевидении, веб-вещании, в театральной постановке. Так же звуковой дизайнер может создавать, синтезировать, записывать уникальные звуки, шумы, которые могут стать инструментом для реализации звуковых дизайнерских задач.

Для звукового дизайнера, как и для дизайнера любого другого направления не чуждо понятие «пленер», «поиск рабочего материала». Приходится выезжать с микрофоном, словно с кистью, и записывающим устройством, словно с холстом на природу, в парки, на заводы, свалки и т.д., чтоб записать какой-то уникальный, оригинальный звук, который в виде элемента фонотеки станет «краской» для создания нового звукового решения, воплощения какой-то уникальной идеи.

Работа дизайнера звука, как и любого другого дизайнера, сопряжена с техническими средствами, где-то в большей степени, где-то в меньшей, но в любом случае профессионализм дизайнера определяется степенью владения этими техническими средствами. В подготовительный период, звуковому дизайнеру так же требуется создание экспликации, сценария, эскизов, моделей и работа ведется в соответствии с этими задумками. В случае если речь идет о мультимедийном проекте, то подготовительная работа ведется в соавторстве с графическими дизайнерами, режиссером, оператором, композитором.

Звуковой дизайн это целый пласт производств, результат работы которого актуален и востребован во множестве сфер привычной и не совсем привычной деятельности человека. Разнообразии отраслей, где звуковой дизайн применим, простирается от промышленных производств и заканчивается услугами мелкого повседневного быта. Все что окружает нас и звучит, скорее всего, не обошлось (если гармонично), или обошлось (если режет слух) без звукового дизайнерского вмешательства.

Заключение

Понятие «дизайн», подобно ветвям ствола дерева, разрастаясь, начал вбирать в свою крону такие отрасли как кинематограф, компьютерные технологии, связь, появились такие понятия виртуального, не осязаемого дизайна как «кинодизайн», «веб-дизайн» и «звуковой дизайн». Все больше и шире «звуковой дизайн» проникает во множество сфер деятельности, от детских игрушек, до устройств, помогающих в повседневной жизни людям до глубокой старости и людям с ограниченными возможностями. Работа в направлении «звуковой дизайн» имеет прямое отношение к комфорту нашей повседневной жизни. Любой ведущий дизайнер любого направления должен иметь основные понятия звукового дизайна, должен иметь представление о специфике звука в его работе, должен уметь поставить задачи для дизайнера звука.

Таким образом, я бы хотел отметить важность и значимость такой дисциплины как «звуковой дизайн», которая поможет дизайнерам всех направлений легко и непринужденно касаться вопросов создания звукового пространства в своей профессиональной деятельности, которая поможет развить вкус к работе со звуком и повысить уровень и качество презентаций во всех сферах дизайна.

Если данная статья может стать основой для подготовки самостоятельной дисциплины «звуковой дизайн», то программа должна состоять из нескольких разделов:

- теоретическая подготовка (звуковой дизайн, звуковая режиссура, мультимедиа, звуковая и музыкальная эстетика);
- практическая работа с применением теоретических знаний;
- заключительная, результирующая работа (курсовой или дипломный проект).

Список литературы:

1. Бескова И.А. Восприятие: непосредственное и опосредованное // Психология и психотехника. 2010. №8. С. 29-40.
2. Борисов С.В. Интродукция или Рождение классической науки // NB: Философские исследования. 2013. №2. С. 190-230. (DOI: 10.7256/2306-0174.2013.2.289. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_289.html).
3. Воскресенская И.Н. Звуковое решение фильма. М.: Искусство, 1978. 123 с.
4. Грязнова Е.В. Предмет философии науки // NB: Философские исследования. 2013. №6. С. 514-529. (DOI: 10.7256/2306-0174.2013.6.440. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_440.html).
5. Дворко Н.И., Познин В.Ф., Кузнецов И.Р., Каурых А.Е. Основы режиссуры мультимедиа-программ: учебное пособие. СПб: СПбГУП, 2005.-313 с.
6. Деникин А.А. Звуковой дизайн в кинематографе и мультимедиа. М.: ГИТР, 2012.
7. Назарова Л.Р. Современные тенденции стилиобразования в дизайне музейных веб-сайтов // NB: Культуры и искусства. 2014. №1. С. 77-90. (DOI: 10.7256/2306-1618.2014.1.11061. URL: http://www.e-notabene.ru/ca/article_11061.html).
8. Севастьянова С.С. Кульминация в произведениях экранного музыкального театра // Культура и искусство. 2012. №2. С. 102-110.
9. Франк Г.Я. Звук как зрительная ассоциация. Л., 1993.

References (transliteration):

1. Beskova I.A. Vospriyatie: neposredstvennoe i oposredovannoe // Psikhologiya i psikhotekhnika. 2010. №8. S. 29-40.
2. Borisov S.V. Introduktsiya ili Rozhdenie klassicheskoi nauki // NB: Filosofskie issledovaniya. 2013. №2. S. 190-230. (DOI: 10.7256/2306-0174.2013.2.289. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_289.html).

3. Voskresenskaya I.N. Zvukovoe reshenie fil'ma. M.: Iskusstvo, 1978. 123 s.
4. Gryaznova E.V. Predmet filosofii nauki // NB: Filosofskie issledovaniya. 2013. №6. S. 514-529. (DOI: 10.7256/2306-0174.2013.6.440. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_440.html).
5. Dvorko N.I., Poznin V.F., Kuznetsov I.R., Kaurykh A.E. Osnovy rezhissury mul'timedia-programm: uchebnoe posobie. SPb.: SPbGUP, 2005. 313 s.
6. Denikin A.A. Zvukovoi dizain v kinematografe i mul'timedia. M.: GITR, 2012.
7. Nazarova L.R. Sovremennye tendentsii stileobrazovaniya v dizaine muzeinykh veb-saitov // NB: Kul'tury i iskusstva. 2014. №1. S. 77-90. (DOI: 10.7256/2306-1618.2014.1.11061. URL: http://www.e-notabene.ru/ca/article_11061.html).
8. Sevast'yanova S.S. Kul'minatsiya v proizvedeniyakh ekrannogo muzykal'nogo teatra // Kul'tura i iskusstvo. 2012. №2. S. 102-110.
9. Frank G.Ya. Zvuk kak zritel'naya assotsiatsiya. L., 1993.