

**КУРС ЛЕКЦИЙ
ПО ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ
ДИЗАЙНА**

Составитель доцент кафедры декоративно-прикладного искусства УО ВГУ им. П. М. Машерова
кандидат искусствоведения **Горбунов Игорь Васильевич**

Рецензенты : доцент кафедры всеобщей истории культуры исторического факультета УО Витебский
государственный университет им. П. М. Машерова Лисов А.Г. кандидат искусствоведения

Заведующий кафедрой декоративно-прикладного искусства художественно-
графического факультета доцент Кулененок В.В. кандидат педагогических наук

Курс лекций создает стройную концепцию в изучении такого сложного явления как основы теории и методологии дизайна. Необходим такт, внимание педагога и желание возбудить у студента желание мыслить философскими категориями, мыслить абстрактно, более широко, выдвигая свои попытки создать свою теорию, а не догматически копировать текст на семинарах и лекциях. Поэтому предлагаемая схема изложения в виде спора между « физиками и лириками» начавшаяся еще в 1960 –г в пору молодости дизайна как научной дисциплины создает прецедент нового курса лекций в узком контексте в виде иллюстративного материала очень близкого самим студентам. В качестве примера текст снабжен иллюстрациями проекта строительство ФОРУМА в Витебске- равного которому нет в Европе по масштабам поставленной задачи, фотографии работ студентов 1 курса и творческие работы по курсу композиции.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Лекция 1. Объективные законы и тенденции развития материального мира и предметно-преобразующей деятельности человека.....	
Лекция 2. Становление дизайна как нового вида проектной и художественно-практической деятельности.....	
Лекция 3. Теоретико-методологические основы дизайн-деятельности.....	
Лекция 4. Методика предпроектных дизайн-исследований и формирование проектных концепций в решении социально-значимых задач.....	
Лекция 5. Методика и уровни содержательного анализа формообразующих факторов в процессе проектной разработки дизайн-концепции.....	
Лекция 6. Методика художественно-конструкторской проработки проектного решения.....	
Лекция 7. Принципы и методы разрешения технических противоречий в процессе дизайн-разработки идеального проектного решения.....	

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Теория и методология дизайна» – является составной частью единого комплекса учебных дисциплин при подготовке высококвалифицированных специалистов по дизайну предметно-пространственных комплексов и дизайну интерьеров.

Сам термин «дизайн» сегодня употребляется (и устно, и в печати) практически всеми кругами нашего общества. Ввиду этого видимо стоит четко разграничить круг интересов и мнений в этом сложнейшем вопросе. Поэтому термин «дизайн» сегодня употребляется для характеристики процесса художественного технического проектирования, результатов этого процесса –проектов (эскизов, макетов и других визуальных материалов). А также осуществленных проектов-изделий, средовых объектов, полиграфической продукции. Применительно к учебному процессу в ВГУ им. П.М. Машерова под этим видом понимаем проектирование музейно-выставочных комплексов, интерьеров гражданских и общественных зданий. Результатом проектной деятельности является разработка научно-обоснованной концепции с привязкой к конкретному объекту- музею, музейной выставке, международной промышленной выставке, общественным зданиям, сооружениям, мемориалам, объектам рекламного характера. Стандартом установлены правила оформления проектной документации для этих объектов.

Основная цель изучаемого курса – познакомить студентов с организацией и методикой проектирования выставок и крупных музеев, объектов социально-бытового назначения не только на территории Беларуси, но и в дальнем и близком зарубежье.

Под этим углом зрения задачи дисциплины можно выделить в виде следующих тезисов:

- изучить современные факторы формообразования , влияющие на выставочный объект в широком значении этого слова как со стороны художника-проектировщика, так и эргономиста;
- рассмотреть основные способы проектирования (модельно-макетные технологии, методы объемной макетоскопии в компьютерных программах 3 D MAX, и ряд других современных проектных технологий;
- развить у студентов умения разрабатывать и выполнять проектно-конструкторскую документацию, макеты в заданном масштабе и объеме объектов дизайна;
- познакомить студентов с современными компьютерными системами и технологиями разработки конструкторской документации.

.В процессе овладения теоретическими знаниями у студентов формируются практические умения определения функциональных, конструктивных, технологических и эстетических свойств и качеств объектов дизайна-интерьеров и эстерьеров гражданских и общественных зданий.

Опираясь на усвоенную систему знаний по черчению, проектированию, технологии, приобретенный учебно-производственный опыт, на практических занятиях по проектированию студенты учатся разрабатывать и выполнять основную проектно-конструкторскую документацию на объекты социально-бытового назначения-офисы, магазины, крупные торгово-промышленные выставки и т.д.

Изучение основных этапов развития художественно-конструкторской деятельности человека на длительном отрезке времени (от каменного века до конца XX столетия) является стержневой проблемой. Для этого студент изучает теорию и методологию дизайна, что в свою очередь способствует развитию гибкого образного конструктивно-конструкторского мышления.

В итоге изучения данного курса студенты расширяют, углубляют и конкретизируют ранее усвоенные знания, в тоже время они обогащают свою память новыми понятиями и готовятся к проектной и исследовательской деятельности по созданию разнообразных моделей и

объектов средового дизайна.

Полученные теоретические знания и практические умения по данному курсу студенты реализуют их в ходе выполнения учебных курсовых и дипломных работ. Все разделы дисциплины «Теория и методология дизайна» являются пропедевтикой и строго обязательным курсом на отделении «Дизайн». При составлении курса лекций, были учтены все последние достижения теоретической мысли и автор выражает особую признательность профессорам кафедры истории и теории искусства учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств» и непосредственно проректору по научной и творческой работе БГАИ М.Г. Борозны. Сам предмет достаточно полно изложен в монографии «Основы теории и методологии дизайна» доктора искусствоведения В.Ф. Рунге – одного из основоположников принципов и методов формообразования изделий оптико-механической промышленности и кандидата искусствоведения Сеньковского В.В. – профессора Европейского университета, академика РАЕН, академика Международной академии наук по природе и обществу. Мне пришлось обобщить труды Санкт-Петербургских теоретиков дизайна таких как И.А. Розенсон и составить данный курс на основе ее вводного курса «Основы теории и методологии дизайна» с учетом специфики нашего ВУЗа для специальности «Дизайн интерьеров и Дизайн предметно-пространственных комплексов»

Лекция № 1.

Специфика Дизайна. Основные понятия и определения.

Объективные законы и тенденции развития материального мира , общества и предметно-преобразующей деятельности человека.

(ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ.)

В дизайне сфокусировался комплекс явлений , связанных с хозяйственно-экономической деятельностью общества, явлениями культуры в целом и искусства в частности , деятельности, предвещающей изготовление изделий и создание средовых объектов - проектной деятельности:

- массовое машинное производство промышленное производство;
- урбанизация (сосредоточие населения и экономической жизни в крупных городах);
- традиции и опыт техники, использование достижений науки и техники в повседневной жизни (электроэнергия, телефон, телеграф, фотография, новые средства транспорта, звукозапись, кинематограф);
- традиции и опыт художественно-прикладных ремесел;
- инженерное проектирование («старое» явление)
- процессы в искусстве: от классического искусства к импрессионизму и к постимпрессионизму как к многоплановому явлению.
- кризис аналитических процессов в изобразительном искусстве.

Этимология (первоначальные значения) англоязычного понятия «дизайн» охватывает несколько смысловых рядов по Е.Н. Лазареву[]

Задачи и содержание курса. Его роль в общей системе подготовки дизайнеров. Краткий обзор специальной литературы. Требования, предъявляемые к изучению курса «Теория и методология дизайна»

Для обозначения круга интересов выявим главное. Мы живем в окружении природы , Все что нас окружает это естественная среда, великим дизайнером которой был сам Творец.

Тем не менее в более узком смысле слова речь идет о среде искусственной, созданной человеком. Отсюда проистекает несколько путей возникновения . Это процесс эволюционный, который необходимо рассматривать с точки зрения технического творчества самого человека, и второй путь –это извечное стремление к комфортной среде обитания. «Под дизайном (от англ. design- замысел, проект конструкция, рисунок, композиция) понимают художественно-конструкторскую деятельность в промышленности, которая охватывает творчество дизайнера, методы и результаты его труда. Условия их реализации в производстве. Современная цивилизация выросла благодаря быстрым темпам промышленного производства, поэтому дизайн вытеснил ремесленный труд как нерентабельный и мы сегодня живем в эру тотального наступления дизайна во всех звеньях человеческой деятельности. Где практически невозможно отделить художника-конструктора в любой сфере, будь то проектирование интерьера или мебели, или предметов утилитарно-бытового назначения. до сферы космоса, где профессия дизайнера как преобразователя вселенского масштаба только начинает зарождаться. Сам термин «дизайн» придуман довольно давно- в конце XVI века. В Оксфордском словаре издания 1588 года дается следующее толкование : « задуманный человеком план или схема чего-то, что будет реализовано, первый набросок будущего произведения искусства.

- Всеобщая структура предметно-преобразующей деятельности человека, предпосылки ее

формирования и практической реализации .

-Специфика связей и отношений в системе «общество- предметная среда-человек».

-Зависимость системы «предметная среда» на примере развития интерьера как системы от принципа социальной организации.

- Принцип опережающего отражения действительности и его роль в становлении проектной деятельности.

- Принцип и методы организации, управления, моделирования и прогнозирования, особенности их содержания и функционирования в системе проектной деятельности.

(ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ)

Генетически первичным является ряд определений «декоративного порядка»: узор, орнамент, декор, украшение, убранство.

Ко второму ряду относятся «проектно-графические» трактовки: набросок, эскиз, рисунок, собственно проект, чертеж. Конструкция,

Третий ряд выходящий за рамки прямого проекта – понятия «предвосхищающие»: план, предположение, замысел, намерение.

И наконец четвертый ряд определений –неожиданно «драматический»: ухищрение, умысел и даже интрига.

Материалы для семинаров:

-Картины мира: история становления , структура, функции, законы изменения и развития.

-Развитие материальных систем как процесс повышения их системной сложности.

- Диалектическая взаимосвязь понятий единого и многого, целого и части, внутреннего и внешнего, устойчивости и изменчивости, дифференциации и интеграции, субъекта и объекта, непосредственного и опосредованного, цели и средства в теоретической модели движения систем.

Иерархическая структура форм движения материальных систем

-человек как часть природы, осознавшая самое себя.

-предметно-преобразующая деятельность человека в структуре форм, движения материального мира.

Лекция № 2

Становление дизайна как нового вида проектной и художественно-практической деятельности.

(Основной критерий)

. Именно острый и внимательный взгляд первого человека обнаружил в этой сфере и определенную материальную выгоду. Подчинив технологию изготовления чего-либо в бытовой сфере человек осмыслил дизайн именно как метод по которому должен быть создан тот или иной предмет. Поэтому начнем именно с изучения краткой истории дизайна Академик Д.С. Лихачев как то заметил « Современный стремительный темп в развитии техники со всей остротой ставит новые задачи организации архитектурно-предметного пространства как жизненной среды, включающей разные уровни общественной и частной жизни людей.» Здесь на первое место выходит целостность архитектуры, дизайна во взаимодействии с человеком. Декоративное искусство здесь лишь посредник в этой сложнейшей борьбе противоположностей. Оно помогает сделать вещь привлекательной, доступной с точки зрения ее внутренней красоты и иногда это чрезмерная назойливая изощренность декора портит саму вещь, выводя ее из чисто утилитарно-художественных функций в чисто декоративные. « С другой стороны –это проблема единства вещей в интерьере, проблема внутреннего пространства архитектуры. Определяющего ее в объемно-пластическом выражении, в связях всех искусств, что актуально и в плане решения современных задач синтеза» [29. 16]

Как сегодня разделить эти две сложнейшие категории? В понятии цельного экспозиционного дизайна, как универсального инструмента в руках современного художника мы выделяем «три аспекта рассмотрения проблемы:

1. аспект мировоззренческий как во временной, так и вне временной определенности (народное, древнерусское, средневековое искусство,
2. аспект стилевого композиционного единства и аспект декоративности как структурной связи в ансамбле,
3. вопросы стилеобразования, формообразования, как и вопрос возникновения новых жанров в декоративном искусстве

(Высказывания мировых философов и их взгляд на теорию дизайна)

Удивительно, что до сих пор нет общей теории дизайна.

Г. Н. Лола

Различные философии дизайна являются выражением различного отношения к миру. Место, которое мы отводим дизайну в мире, зависит от того, как мы понимаем этот мир. Томас Мальдонадо

Что такое дизайн? * Так в чем же состоит предмет дизайна? • Принцип изложения материала

Что такое дизайн?

Чем чаще повторяется какое-то слово — например, слово «дизайн», — тем все труднее становится определить, что же точно оно означает. Это происходит уже потому, что всякий раз слово это произносится по разным поводам, в различных смысловых контекстах, которые на первоначальный, словарный, смысл накладывают свой отпечаток. Век назад, когда в Европе термин «дизайн» только входил в обиход, специалисту ответить на такой вопрос было, по-видимому, легче, нежели теперь, когда слово это звучит практически на каждом шагу. И все-таки, чем явление, определяемое этим словом, разрастается шире, чем все более и более расплывчатыми становятся его границы, чем разнообразнее по составу профессиональных навыков специалисты, называющие себя дизайнерами, — тем насущнее становится потребность отдавать себе отчет: что же это, в конце-то концов, такое — дизайн?!

Предположение, что "век назад теоретикам и практикам дизайна легче было ответить на этот вопрос, вовсе не означает, что все они отвечали на него одинаково. Как раз совсем наоборот — разброс мнений был удивительный! Но при этом — мнений вполне определенных, то есть у каждого представителя профессии видение предмета его деятельности было сформировано и сформулировано. Возможно, в то время такой разброс мнений объяснялся становлением профессии, ее незрелостью, фазой поиска... тогда как же надо понимать теперешнюю проблематизацию гермина «дизайн» в диапазоне от спустившегося на обывательский уровень «сочетания пользы и красоты» — до «опыта метафизической транскрипции», содержащейся в философском трактате? Может, «переразвитием» явления, дошедшего до сверх-дифференцированности? Или — как-то иначе? В этом следует разобраться. Взглянем бегло, какие же ответы давали на вопрос: «**Что такое дизайн?**» те легендарные теперь уже: специалисты, кто в XX веке уверен был, что такой ответ знает.

Учитывая их ум и талант, их реальный вклад в развитие профессии, трудно предположить, что хоть один из них мог серьезно заблуждаться. В 1970 году вышла книга отечественного исследователя дизайна и культуролога (хотя тогда такой профессии официально у нас еще не существовало) В. Л. Глазычева[13], которая и сегодня не утратила своей ценности. В книге отражена эта разногласия представлений о профессии — вот, очень сокращенно, перечень их, приведший автора книги к любопытному выводу:

■ **Герберт Рид** определяет дизайн как высшую форму искусства, как независимую сверхпрофессию, свободную от узкоспециализированного профессионализма, приравнивает объекты дизайна к продуктам абстрактного искусства в графике и пластике.

■ **Джон Глоаг** придерживается прагматичного взгляда на дизайн, оценивая его коммерческую сторону как результат «эффективного соединения тренированного воображения и практического мастерства», определяет дизайн как службу в системе промышленного производства.

■ **Эшфорд** декларирует программный отказ от этических и эстетических основ в дизайнерской деятельности, кроме цели удовлетворения ожиданий массово

го потребителя. Единственная цель дизайна — получение производством прибыли через хороший сбыт товара. Это — не прикладное искусство и не абстрактное формотворчество, не образец искусства, это — просто новое явление культуры.

■ **Джио Понти** придерживается романтических ВЗГЛЯДОВ на профессию, считая ее способом реализации художественных потенций — созданием мира новых и прекрасных вещей.

■ **Джорж Нельсон** считает дизайн обслуживающей, лишенной героизации профессией в условиях цивилизации суперкомфорта, но внутренне свободной творческой деятельностью, способом профессионального самовыражения художника в современном мире, особой формой массового искусства.

Томас Мальдонадо рассматривает дизайн как специфическое художественное творчество, эстетический и этический идеал которого заключается в создании программы «очищенного» дизайна, основанного на строгой научной методологии. Он ищет пути объективации дизайна в соответствии с идеалом этой деятельности.

■ **Джило Дорфлес и Абрам Мольт** видят в дизайне особое средство, определенный способ передачи упорядоченной информации.

И дальше В. Л. Глазычев задается вопросом: возможно ли, чтобы одно и то же явление «удовлетворяло бы одновременно ряду прямо противоположных условий:

- обслуживание любых запросов потребителей;
- обслуживание любых нужд потребителей;
- самовыражение внутренне свободного художника;
- философия управления;
- ликвидация хаоса форм;
- создание хаоса форм;
- развитие общества;
- сохранение „статус кво“;
- обеспечение коммерческого успеха;
- создание непреходящих культурных ценностей;
- раздел массового искусства;
- просто новое явление;
- нормальная техническая операция и т. д. [13, с. 56].

И он приходит к выводу, что, возможно, не существует одного дизайна, что все эти взаимоисключающие устремления принадлежат разным «дизайнам» и что таких «дизайнов» множество. Причем, понятно, что имеется в виду не разнообразие объектов приложения дизайнерских усилий, а различия, наблюдаемые в самой сути явлений, обозначаемых одним этим термином. При таком допущении снимаются все указанные и «оставшиеся за кадром» противоречия. Именно так более тридцати лет назад предложено было разрешить проблему — насколько же усложнилась она за прошедшую, можно сказать, эпоху!

А что, если все-таки предположить, что одно-единственное явление с позиции привычной логики имеет принципиально противоречивый характер? Что все приведенные разночтения присущи особой природе этого вида деятельности? Возможно, для начала стоит внимательнее присмотреться к происхождению и толкованию термина «дизайн» — часто это дает ключик к пониманию очевидного.

Словарное значение английского слова «design» всем знакомо — «схема», «чертеж», «набросок», а также «набрасывать», «маркировать», «размечать». Подробно история становления этого термина рассмотрена в книге Г. Н. Лола [28], где дизайн увиден не изнутри самой профессии, как в большинстве случаев происходило до этого, а глазами философа, что, конечно, сильно меняет ракурс. В этом случае утрачивается непосредственное переживание творческого процесса, возникающее в результате

профессиональной саморефлексии, зато объект изучения вводится в новый, более широкий смысловой контекст, и его понимание происходит на ином уровне обобщения.

Известно, что взгляд на какую-либо систему (в нашем случае такой системой является дизайн) изнутри нее всегда искажен и неполон, и это неустранимо по самой природе вещей. Взгляд же на системный объект извне, вероятно, тоже искажает его — в данном случае невозможностью полного проникновения в какие-то реалии профессионального процесса, — но он по-своему независим и нецелостен, и для того, кто заинтересован в расширении своих представлений, всегда содержит свежую информацию. Так не зафиксировано ли исходное противоречие (а может, многоплановость) в самом термине?

Английское слово «**design**» имеет латинское происхождение от **de + signum** (напомним: десигнат — «**знак**», **обозначение**», **отсылающее к замещаемому им объекту, денотату**), **первоначально это** — внешний, улавливаемый чувствами рисунок глубоко заложенного смысла. Оксфордский словарь прослеживает по годам, как исторически складывалось современное понятие «дизайн»: **1548 г. — «цель, интенция*»; 1593 г. — «план в уме того, что будет сделано»; 1638 г. — «план строительства»; 1697 г. — «сделать предварительный набросок для конструирования чего-либо».** Как видно из этого перечня, тенденция такова: чем ближе к нашему времени, тем словарное значение этого слова становится более конкретным и, соответственно, более узким. Содержание же деятельности, определяемой этим словом, напротив, делается все более «размытым».

Исторически понятие «дизайн» аккумулировало в себе еще несколько значений: (to invent. — «изобретать или мысленно формулировать идею или сущностные черты чего-либо»; to intend — «намереваться, устремляться к какой-либо цели (отсюда «интенция»); to appoint. (архаическое) — «назначать, определять, указывать». Это говорит об акте «очерчивания» объекта дизайнерского воздействия, выделения его из общей картины мира. Для внешнего наблюдателя такое «очерчивание» сообщает объекту контур, изнутри же самого объекта контур становится границей, замыкающей собой его определившийся смысл. «Контур-граница», по выражению Г. Н. Лола, «мерцают» в дизайне, выявляя двойственный и принципиально «пограничный» характер этого явления.

Термин «дизайн», замечает автор, в отношении к миру определяет одновременно два его состояния — то, что в нем уже есть, и то, что в нем еще только может стать. Дизайн — и деятельность, и продукт этой деятельности; как деятельность дизайн — перманентное созидание «очертаний человеческого бытия», а как продукт — его «обновленные смыслы». Только в отличие от воздействия, так называемого, «высокого» искусства, дизайн делает это не через потрясение, окрыленность, а через обустройство в сущем через то, что философ М. Хайдеггер назвал «умение быть в мире». Однако при этом Г. Н. Лола последовательно демонстрирует именно «метафизическую транскрипцию» дизайна, то есть переосмысление его из приземленного, сугубо бытового обустройства обыденного существования — в рискованное усилие создавать человеку над-житейскую опору в мире, изначально лишенном для него какой-либо опоры.

Для нашего будущего путешествия в поисках непростого, похоже, ответа на простой вопрос: «Что такое дизайн?» — ко всему сказанному важно добавить следующее: английское слово «**design**» имеет еще одно, не указанное пока, значение. Это не только «замысел», но еще и «умысел», то есть некая «интрига», что предполагает не прямые пути достижения цели и, значит, не обходится без определенной доли хитроумия.

Так в чем же состоит предмет дизайна?

Мы увидели, что чем конкретнее становилось словарное значение термина «дизайн», тем все более неопределенным, размытым — содержание определяемого им понятия. Однако чтобы наш разговор о дизайне не казался с самого начала беспредметным (как говорится, «нет предмета для разговора»), придется остановиться на хотя бы предварительном, рабочем определении дизайнерской деятельности. Проследим, обнаружится ли ее специфичность, воспользовавшись для этого традиционной, общепринятой исследовательской логикой.

У любой деятельности всегда есть объект, на который она направлена, субъект, осуществляющий эту деятельность, и предмет самой деятельности. Под предметом деятельности подразумевается особый характер воздействия ее на объект; собственно, предмет почти совпадает с содержанием деятельности, по крайней мере, попытка определения и того, и другого отвечает на вопрос: что же этот субъект делает с этим объектом?

Формулировка цели проектной разработки часто звучит, как требование усовершенствовать (улучшить, оптимизировать и т. п.) некий объект «средствами дизайна». Что это означает? Речь идет о методах, помогающих успешности дизайн - процесса? Или сам дизайн выступает неким особым, отличным от каких-либо иных, инструментом воздействия на действительность? Предполагается ли при такой постановке цели, что у дизайна есть собственные, особые возможности?

Мы уже обнаружили (из перечня мнений о дизайне ведущих специалистов XX века): было бы преувеличением утверждать, что окончательно ясно, в чем заключается специфический предмет дизайна, то есть однозначно определить, чем отличается дизайн от любого другого вида проектной практики. Обычно предмет какой-либо преобразующей деятельности или научного знания может быть понят на основании своеобразия их объекта, цели и задач, тем более — своеобразия используемых методов и особенностей профессионального мышления. Видимо, эти основные позиции следует проанализировать и применительно к дизайн - деятельности. Такая процедура должна помочь, по меньшей мере, позиционировать дизайн в ряду других, родственных ему проектных практик и приблизиться к пониманию его места среди них.

■ Дизайн не определяется через его объект. Объектом дизайна сегодня может оказаться любая вещь или комплекс вещей, как промышленного изготовления, так и создаваемых в качестве уникальных арт-объектов. Средства транспорта и промышленное оборудование, книжная или рекламная графика, элементы одежды и мебели, интерьеры и оборудование городских территорий... словом, любой материальный объект нашего окружения и любая их совокупность могут стать точкой приложения усилий дизайнера. Но объектом дизайна может быть также и определенным образом организованная информация, циркулирующая в электронных сетях. Границы, за которыми возможно утверждать, что «это уже не объект дизайна, постоянно смещаются: если в прежние эпохи архитекторы проектировали также и все внутреннее убранство зданий, то теперь уже дизайнеры не только берутся за разработку архитектурных форм, но определяют даже решение целых жилых комплексов. Следовательно, специфика дизайна не заключена в его объекте.

■ Дизайн не определяется через его цель. Вспомнив то, что говорили о дизайне в XX веке выдающиеся теоретики и практики этого вида проектирования, можно, действительно, прийти к выводу, что существует множество «дизайнов» с множеством практически не сводимых целей. Однако «красной нитью» большинства рассуждений на этот счет проходит мысль, что основная цель дизайна — это упорядочение вещного окружения человека. На упорядочение, гармонизацию первозданного хаоса направлены все усилия культуры с самого момента ее зарождения, в новой же реальности дизайн включен в этот созидательный процесс в качестве его составной части. Впрочем, можно возразить, что какие-то особенно острые, новаторские дизайнерские решения могут вносить в мир и определенный элемент нестабильности — но ведь и вся культура по отношению к порядку технологического развития всегда выступала как «взрыв относительно «постепенности» [31] или как «бродильное начало» относительно «дистиллированной жидкости» [62], в культуре

обеспечивается баланс между предсказуемостью, позволяющей строить планы, и непредсказуемостью как источником инноваций. Такое сочетание «взрывного», «бродильного», но и упорядочивающего, гармонизирующего начал составляет родовую особенность культуры, в нем основа ее динамичности и жизнеспособности. Итак, у дизайнера нет собственной, особой цели вне общей цели, преследуемой культурой. И если на настоящий момент известно около полутысячи определений культуры, то и дизайн как часть целого, естественно, тоже не может не иметь весьма широкого спектра определений. Что мы и наблюдаем.

Традиционное утверждение, что более конкретизированная цель дизайнера — обеспечить «единство пользы и красоты», возможно, и справедливо, но только для определенного этапа развития профессии и конкретного его направления, характеризующегося постулатами «хорошего», или «очищенного», дизайна. Такой дизайн базируется на известном изречении Салливена, гласящем, что «форма следует функции» («form follows function»), часто понимаемом так, что функция вещи — это ее утилитарное назначение. Тем не менее, даже тогда, при провозглашении этого лозунга, под функциональностью вещи подразумевался более широкий комплекс условий, отвечающих ожиданиям целостного человека, а не только ее «голая функция». Впрочем, провозглашенная в ту же эпоху архитектором Ле Корбюзье концепция жилища: «дом — машина для жилья» — сегодня вряд ли кого-то удовлетворит. Чем ближе мы приближаемся к возможности создания искусственного интеллекта и совершенной робототехники, тем острее ощущаем свою человеческую неповторимую ость, сугубую сложность и несводимость к «машинным формам».

С другой стороны, «единство пользы и красоты», безусловно, присутствовало уже в утилитарных изделиях ремесленного производства. Поняв, что содержание самих понятий «польза», «красота» — не абсолютно. «Красота» особенно, а отчасти и «польза», трактуются соответственно духу эпохи — то есть они историчны и в разные времена, да и в разных этнических культурах имеют различное содержание, по-разному выражаются в предметности.

Дизайн не определяется через его методы. Дизайн активно пользуется композиционными приемами, давно разработанными и апробированными в архитектурном проектировании. Он задействует профессиональный багаж, накопленный другими видами визуального — станкового и прикладного — искусства: представления о работе с цветом, с пластикой, с фактурой. Также активно использует дизайн и эвристические приемы, разработанные в изобретательской, инженерной и конструкторской деятельности. Несмотря на то что уже десятилетия существуют специальные теоретические и методические издания по проблемам дизайна, по большому счету, своей, принципиально отличной от всех иных, методики у дизайнера нет. Дизайн продуктивно пользуется методическими приемами, разработанными в самых разных сферах творчества, развивая и специализируя их для каждого типа своих задач.

■ Дизайн не определяется через его адресата.

Адресатом Дизайн-продукта может быть человек любого возраста, пола, материального достатка, социальной принадлежности и культурной ориентации, носитель самых разнообразных вкусов и пристрастий. Непосредственным потребителем дизайн-продукта может быть даже любое живое существо, например, животное или птица при проектировании оборудования для их содержания или ухода за ними. В этом случае функциональные особенности объектов определяются прежде всего «запросами» этих «потребителей», хотя в какой-то части, конечно, и их хозяев, хозяева же диктуют, например, и стилевые характеристики объекта. Но ясно, что непосредственным адресатом дизайна может стать практически каждый — поэтому адресат сам по себе не определяет своеобразие этой проектной практики.

Итак, по совокупности всех предыдущих рассуждений можно сделать предварительные выводы:

■ **Объектом дизайна может оказаться практически любая вещь, совокупность вещей, предметно-пространственная среда или любое информационное сообщение, если они непосредственно соприкасаются с жизнью человека, но при этом их человекоподобность не решается традиционными средствами, например, на основе развития канона.**

■ Целью дизайна исходно выступала гуманизация материального окружения человека, выражающаяся в его упорядочивании соответственно этическим и эстетическим нормам данной эпохи и данного культурного региона. В настоящее время процесс гуманизации информационной среды более сложен и включает в себя также элементы неожиданности (см. часть III).

■ Методы дизайна наиболее близки к композиционным методам, выработанным в архитектуре, но включают в себя и эвристические приемы изобретательства, а также ряд приемов и методов, родственных применяемым в различных видах художественного и научного творчества.

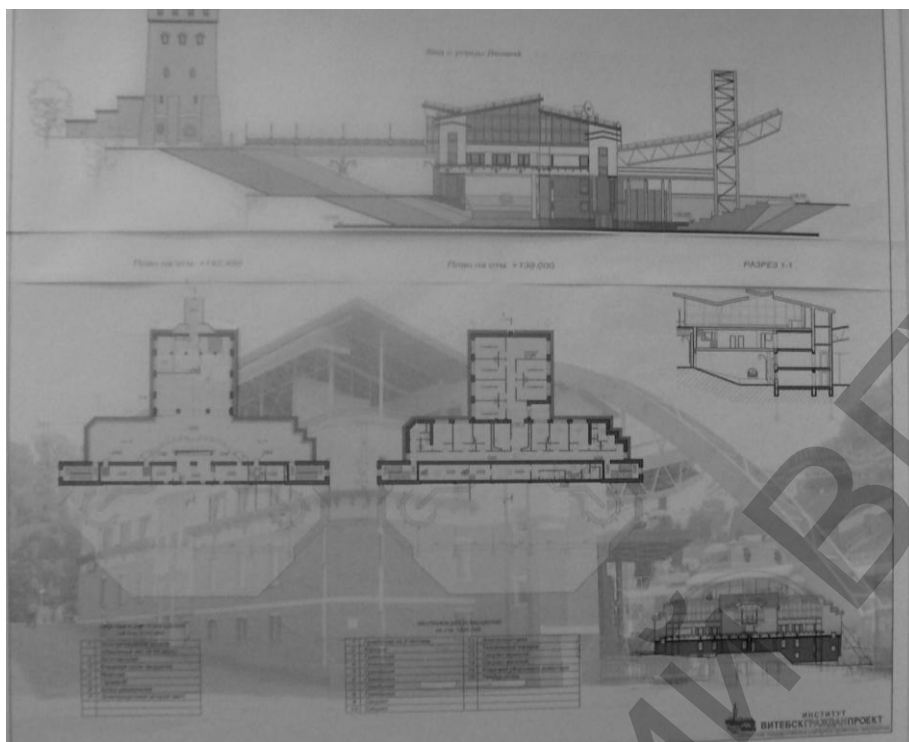
■ Адресатом дизайна могут быть все и может стать каждый, поэтому в методологии дизайн-проектирования повышенное внимание уделяется не только эргономическим, но и социально-культурным, а также психологическим характеристикам потребителя конкретного дизайн-продукта, что способствует решению как прагматических, так и гуманитарных задач профессии.

Представляется, что специфика дизайна до некоторой степени может быть определена через особенности профессионального мышления дизайнера — точнее* через своеобычное сочетание свойств, присущих этому типу сознания. Следует * выделить такие его особенности, действенные лишь в своей совокупности, как:

- образность;
- системность;
- инновационность. —

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Рассмотрим на примере строительства амфитеатра в Витебске. Здесь и в дальнейшем этот пример знаковый символ мироустройства и ключ к пониманию самой профессии «ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ И ДИЗАЙН ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ»



Разумеется, нельзя отрицать, что эти же способности оказываются востребованными в любых видах творчества, проектной практики. Так, образное мышление необходимо не только художнику, но и конструктору, чтобы он мог увидеть в воображении конечную цель своей разработки. Способность системного осмысления реальности необходима не только ученому, но и художнику — без этого его творчество не приобретет необходимых качеств целостности и своеобразия. Способность к внесению инноваций нужна не только изобретателю, но и каждому конструктору, если он намерен создать нечто свое, а не копировать образцы, уже до него сложившиеся в технической культуре. Однако при решении задач дизайна набор названных особенностей мышления обретает особое качество. Возможно, оно заключается в их интенсивности, влиянии друг на друга или в особом их сочетании, а, может, возникает при включении различных регистров мышления применительно к разным уровням задач...

Основное условие — чтобы все эти качества работали в совокупности, поскольку мы видим, что по отдельности они для дизайна не специфичны. Дизайнеру, практикующему в любой области своей профессии, должно быть свойственно образное мышление. Однако эта способность необходима также в любом виде творчества, а визуальное образное мышление — в любом виде визуального искусства: в станковой живописи и графике, в архитектуре, скульптуре, монументальном или прикладном искусстве и пр. Формируемый в дизайне проектный образ отличается от художественного образа, присутствующего в произведении «высокого» искусства, тем, что содержит определенную долю прагматизма, утилитаризма. Но эти качества могут быть присущи также и образу любой вещи практического назначения, над которой дизайнер вовсе не трудился (например, образу изделия народного промысла). Значит, наличие образного мышления само по себе еще не определяет своеобразия дизайна.

Дизайнеру, особенно практикующему в проектировании сложных комплексных объектов, необходимо развитое системное мышление. Однако владение этой организующей способностью разума требуется не только для дизайнерского или, как наиболее близкого ему, архитектурного проектирования, но в не меньшей степени оно необходимо инженеру, ученому или программисту. Своеобразие заключается в том, что в проектном мышлении дизайнера

системность соединяется с образностью, образуя на всех стадиях проектного процесса неравновесное, но нерасчленимое единство. Проблема, конечно, не в том, чтобы обе эти профессиональные способности оказались в полнейшем равновесии (что, возможно, и встречается в природе, но крайне редко), — проблема в непротиворечивом совмещении в одном творческом сознании двух разнородных начал, когда ни одно из них не стремится подавить другое. И так, для результативности дизайн-процесса одинаково непродуктивны и неподконтрольны рациональному анализу сугубо эмоциональных, спонтанных художественных решений, и логоцентризм системотехнического подхода.

Дизайнерскому мышлению по определению присущ инновационный характер, поскольку одна из задач дизайнера — через объекты своего проектирования вносить в мир новизну. Но профессии изобретателя, конструктора или инженера также активно востребуют эту способность. Особенность дизайнерского подхода заключается в том, что, по сравнению с усилиями коллег-проектировщиков, он преобразует действительность не локально — результат его деятельности изменяет весь рисунок социокультурного бытия человека. Конечным продуктом дизайнера на самом деле выступает не совокупность созданных им объектов, а преобразованный (через их посредство) характер самой действительности в ее восприятии адресатами проектирования. Эта способность вкупе с органичным симбиозом двух практически полярных типов мышления (образного и системного) составляет своеобразие дизайнера, а использование этой способности на практике — предмет его деятельности.

В общем случае можно сказать, что профессиональное мышление идеального Дизайнера помещается в условном треугольнике между образным мышлением художника, системным мышлением ученого и инновационным мышлением изобретателя. И дизайнер должен стремиться сплавить в себе эти три составляющие.

На основании этих рассуждений можно предложить предварительное рабочее определение дизайна:

Дизайн — проектная практика, требующая от профессионального мышления органичного совмещения образного и системного начал и вносящая в реальность новые социокультурные смыслы.

Разумеется, так это представляется *и* идеале, а вовсе не описывает реальное положение дел в профессии, также как невозможно утверждать, что сознательнее стремление к гармонии есть наблюдаемое состояние человечества. Но модель какой-либо деятельности, тем более творческой, и должна быть несколько поэтизированной — спуститься на уровень житейской достоверности со всеми ее «поправками» она всегда успеет.

В дальнейшем, по мере обсуждения различных сторон дизайна, это первоначальное, рабочее определение, возможно, конкретизируется, или обрстет подробностями, или в какой-то мере изменится... Но в любом случае это будет одно из возможных определений, одна из возможных трактовок, один из возможных взглядов на предмет дизайна, если рассматривать его как совокупность всех видов и направлений профессиональной деятельности, то есть — в общетеоретическом ключе. Теорий культуры, как уже говорилось, существует великое множество — не меньше вполне стройных и доказательных теорий, возможно, выстроить и по поводу дизайна. Томас Мальдонадо, считавший целью Ульмской школы содействие гуманистическому освоению технической цивилизации, утверждал; «Различные философии дизайна являю гоя выражением различного отношения к миру. Место, которое мы отводим дизайну в мире, зависит от того, как мы понимаем этот мир». В дальнейшем мы будем постоянно руководствоваться этими мудрыми словами и всякий раз пытаться установить зависимость между особенностями сложившегося миропонимания и философией дизайна в ту же эпоху.

Стратегия изложения материала учитывает, что она адресована, в первую очередь, студентам, получающим специализацию «информатик-дизайнер» (называемую здесь «медиадизайнер» или «дизайнер мультимедийного продукта»). В соответствии с этим предлагаемые рассуждения в меньшей степени касаются тем, традиционных для изучения теоретических основ дизайна, направленного на проектирование изделий промышленного производства, на создание индустриальных форм. В теоретических вопросах дизайна выявляются те, которые сохраняют свою значимость в любых профессиональных специализациях. Особый акцент ставится на подготовке сознания студентов к творчеству в электронной среде, чему и служит принятая стратегия изложения материала. Однако к пониманию культурных корней виртуальной реальности, к осознанной профессиональной деятельности внутри информационного пространства книга подводит постепенно, через демонстрацию поэтапной смены научных, философских, культурных и проектных парадигм. Это должно способствовать формированию общей профессиональной культуры дизайнеров, в какой бы сверхсовременной технологии им не приходилось создавать свои разработки.

Парадигма (от греческого — «пример», «образец») — это совокупность представлений, господствующих в какую-либо данную эпоху в науке и культуре по поводу мироустройства, а также места и роли в нем собственной профессиональной деятельности.

Совокупность таких представлений формирует стиль мышления в науке и стиль в искусстве. Содержание понятия «парадигма» исторично.

В развитии дизайнерской практики прошедшего столетия условно можно выделить три этапа, определяющихся фундаментальной сменой проектных парадигм. Каждый следующий этап не отменяет и не заслоняет предыдущего, но включает его достижения, добавляя к ним новые, созвучные времени, особенности:

- Проектирование отдельных предметов или их комплексов, опирающееся на ньютоновское (Исаак Ньютон) или бэконское (Френсис Бэкон) понимание пространства как «ящика, наполненного различными телами». Часть I книги, развивающая такую проектную парадигму, называется «Дизайн как предметное творчество».

- Проектирование предметно-пространственной среды, опирающееся на картезианское (Рене Декарт или Картезий) представление о пространстве как среде, особыми состояниями которой выступают отдельные тела и отдельные связи. Часть II книги, развивающая такую проектную парадигму, называется «Дизайн предметно-пространственной среды».

- Проектирование информационных объектов, маркирующих виртуальное пространство, сохраняющее основные характеристики традиционного дизайна и дизайна, следующего передовому подходу», но разворачивающееся в реальности другого уровня. Часть III книги, развивающая такую проектную парадигму, называется «Дизайн в информационной среде».

- Такие формулировки, как «предметное творчество», «предметно-пространственная среда», «предметное мышление», давно сложились в профессиональном общепотребительном обиходе и стали общепотребительными с позиции методически правильного словоупотребления термин «предмет» («предмет научного исследования», «предмет рассмотрения», «отсутствие предмета для обсуждения») означает вовсе не то же самое, что «вещь», то есть в данном контексте — «объект дизайн проектирования». Однако, учитывая широкое использование этих формулировок в профессиональной литературе, их привычность, я не считаю возможным вводить здесь новые, пусть далее и методически более точные.

Логика изложения

Рассуждая о культурологических основах дизайна, о месте этой творческой деятельности

внутри как материальной, так и духовной культуры, невозможно обойти вопросы:

1. Какие культурные смыслы находят выражение в объекте дизайна?
2. К чему в восприятии адресата обращен дизайн-продукт? -
3. По каким внутренним законам выстраивается дизайн-деятельность.

Каждая из названных ранее проектных парадигм, определивших содержание частей книги, будет рассмотрена в их главах по трем этим направлениям.

■ **Первый вопрос** относится не к определению конкретного объекта проектирования (например, автомобиля, детской площадки или виртуального музея), а к выявлению содержания, социально-культурного смысла, выраженного средствами дизайна через эти или иные объекты. То есть здесь спрашивается: что дизайнер намерен выразить, как осознает он свою деятельность с каждым изменением культурной и проектной парадигмы. В посвященных этому главах (см. главы 1, 4 и 7) дизайн предстает не только как неотъемлемая часть культуры, но и как выразитель определенного миропонимания, с особенностями которого он неразрывно связан.

■ **Второй вопрос** лежит в плоскости восприятия дизайн-продукта. В соответствующих главах (см. главы 2, 5 и 8) речь идет о том, как произведение дизайна переживается его адресатом, когда становится феноменом его сознания. Иными словами, не «кому» конкретно (определение «потребительской ниши») предназначается продукт, но к каким

■ структурам человеческого восприятия обращен. Ответ на этот вопрос описывает особенное! и восприятия дизайн-продукта в каждом из названных типов миропонимания. Каждый следующий тип не отменяет сказанного о предыдущих, но высвечивает возникшую новизну. Описание особенностей переживания дизайн-продукта неминуемо пересекается с традиционно разрабатываемыми в дизайне способами определения типов адресатов, но не касается специальных вопросов восприятия объектов художественного творчества, разрабатываемых в психологии или искусстве знания, а также методик маркетинга и менеджмента

■ • **Третий вопрос** в значительной степени проясняется ответами на два предыдущих. В соответствующих главах (см. главы 3, 6 и 9) прослеживается смена методологий дизайна, рассматривается его инструментарий, не сводимый ни к технологическим навыкам, ни к конкретным узконаправленным методикам. Анализируются и обосновываются особые способы «овладения действительностью» с помощью дизайна как одного из видов творчества и выявляются принципиальные различия в этой деятельности для каждой из проектных парадигм.

Все три названных уровня рассмотрения последовательно проводятся в каждой части курса лекций и находят там свою конкретную интерпретацию.

Теперь можно заглянуть в оглавление. Сверяя название каждой главы с местом, которое она занимает в приведенной таблице, легко ориентироваться — где, внутри какой парадигмы вы пребываете и на какие вопросы дизайна вместе с автором ищите ответ.

Материалы для семинаров:

- Дизайн-деятельность как синтез принципов научного, технического и художественного творчества в комплексном решении социально-значимых проблем и реализации тенденций развития материального мира.
- Единство понятийно-логических и художественно-образных форм и методов профессионального мышления и проектного творчества дизайнера, их особенность функции и способы реализации.
- Современные методы проектирования, их место, роль и значение в дизайне-деятельности.
- Организационная структура современного дизайна и его связь с основными сферами социальной практики.
- Социально-культурные и производственно-экономические функции современного дизайна и его связь с основными сферами социальной практики.
- Состояние развития теории, методологии и практики современного дизайна, основные концепции, направления и школы.

Лекция № 3

Теоретико – методологические основы дизайн- деятельности

Применительно к методологии обучения дизайну на кафедре декоративно-прикладного искусства необходимо найти тесную взаимосвязь между потребностями современного общества в грамотном специалисте, который бы смог бы найти «золотую середину», не утратив связи между прошлым и необозримым будущим. Здесь сфера интересов довольно обширная. В исследуемой литературе по истории дизайна студент должен рассмотреть тесную взаимосвязь между выставочно-экспозиционной деятельностью в чистом виде: музеи, выставки, оформлением магазинов, печатной продукцией, рекламой и сферой быта, гражданским интерьером.

Имея родственные элементы технических приемов дизайнер не должен доводить свой проект до абсурда, а скорее наоборот искать новые формы, очень тонко отделяя функцию чистого украшения, которое захлестнуло все сферы оформления, с введением в оборот народных мотивов. Если это произойдет, тогда можно вести речь о том, что цель в целом

достигнута.

Рассмотрим это на примере строительства развлекательного центра в Витебске



Перспективный план форума 2007

Расширение предметно-пространственной среды предполагает введение новых строительных технологий и новое решение самого понятия

«ФОРУМ». (Сакральное место- так называемый Духовский круглик и место для массовых гуляний) Сразу же оговоримся, хотя на это уже было обращено внимание в предисловии: «предметным творчеством» принято называть создание новых вещей или их проектов, «предметным окружением» — совокупность вещей вокруг нас, «предметным мышлением» — конкретный тип мышления, более приверженный вещам, нежели отвлеченным идеям. Существует также представление о «беспредметном искусстве», то есть изобразительном творчестве, которое, тем не менее, не изображает вещи даже в их стилизованной форме и которое называют еще «абстрактным», или «нефигуративным». Во всех этих случаях речь, конечно, идет именно о вещах или. их отсутствии. А «предметом», строго говоря, следует именовать особые профессиональные средства постижения действительности или воздействия па нее. Короче, предмет нашего рассуждения — специфика дизайна, а вещь в этой главе — это традиционный объект дизайн- проектирования, и дальше мы будем говорить здесь именно о Вещи.



Создание городской инфраструктуры на правой стороне улицы Ленина дом 28

Прежде всего: почему в этой, первой, части лекции объект дизайнерского внимания мы называем вещью? Это древнее слово можно воспринимать и как общеупотребительное бытовое, но можно и как философский термин (вспомним у Канта «вещь в себе» и т. д.). Кроме того, именно вещь традиционно выступала объектом дизайнерского совершенствования в мире, сохраняющем теплоту тактильного взаимодействия с человеком. Итак, в этой книге понятия, обозначаемые словами «объект» и «вещь», несут каждое свою смысловую нагрузку и не взаимозаменяемы. Слово «объект» встречается здесь в следующих контекстах:

- как оппозиция понятию «субъект в рассуждениях, касающихся проблемы специфического восприятия действительности в ситуации «субъектно-объектной нерасчлененности»;
- в стандартном словосочетании «объект дизайнерского проектирования», каковой может быть:
 - информационным, виртуальным (о чем речь пойдет в третьей части книги);
 - «средовым», то есть предметно-пространственным, континуальным (об этом — во второй части);
 - выделенным в пространстве предметом, с которым взаимодействует человек, — именно такой дискретный материальный объект и является, и называется здесь вещью.

Мы видим, как общее понятие «**объект проектирования**» последовательно наполняется реальным содержанием. Если же во всех случаях применять термин «объект», стирается различие между объектами дизайн - деятельности разной модальности: «вещь» — это частное и конкретное содержание понятия «объект». При этом только относительно вещи можно говорить о различении инструментальных и знаковых функций этого объекта проектирования, о нюансах его чувственного восприятия, об «отражении главного смысла вещи в проектном образе» и различных «точках зрения проектировщика па вещь» [37].

Структурной единицей проектирования предметного мира опять же постулируется именно «вещь», в то время как структурной единицей проектирования предметно-пространственной среды — «поведенческая ситуация», а среды информационной — «виртуальное событие». В двух последних случаях виден процессуальный характер этой единицы, включающей в себя категорию времени уже на иных основаниях, нежели физическое старение или моральное устаревание вещи (это тоже станет темой разговора во второй и третьей частях книги).

Однако первая часть книги посвящена проектированию вещей. То обстоятельство, что курс направлен на овладение мультимедиа - и ВЕБ-дизайном, не снимает для учащихся необходимости постичь логику развития дизайнерской мысли, как говорили древние, *ab ovo*, от начала (буквально: «из яйца»), а весьма серьезный фундамент этой мысли был заложен на этапе проектирования предметного мира, то есть мира вещей с их чувственным восприятием и неоднозначными функциями относительно человека. И это не чисто академический интерес — многие положения, видоизменяясь, остаются актуальными на всех уровнях и во всех ответвлениях профессии. Для профессиональной культуры дизайнера, оснащенного всем арсеналом современных средств создания информационных объектов, прикосновение к этим проблемам в теории так же важно, как получение хотя бы начальных навыков в практике академического изобразительного творчества. Так что же такое вещь, что именно можем мы назвать этим словом?

Например, сломленный ветром сук дерева — вещь? Пожалуй, что нет. Это природный объект. Но вот его поднял человек, обломал мешающие ветки и, может, даже обстругал один его конец под свою ладонь — теперь это посох, на который он опирается, бродя по лесу. В философии искусственно созданный предмет называется артефактом: сломанный сук па наших глазах превратился в артефакт. Возможно, человек не бросит удобный посох в лесу, принесет домой, и станет недавний природный объект его личной вещью. Значит, вещь — это такой материальный объект, который введен человеком в свой обиход, как-то им обработан и приспособлен. Или же — тот, который изначально создан им для исполнения какой-либо полезной функции. Вещь функциональна, вот в чем суть! Хотя сразу же следует оговориться, что СВОЙСТВО, это не сводится к утилитарному назначению, на самом деле оно значительно шире. Вещь функциональна в том смысле, что наделена для человека определенным смыслом, с такой точки зрения, функциональны для него и художественное полотно, и сувенир, напоминающий о дальнем путешествии.

Вещь принадлежит кому-то: человеку или сообществу людей, это их имущество (от слова «иметь*»), а имущество бывает движимым и недвижимым. Пока камень лежит в поле — он еще не вещь, когда он становится прессом для засолки грибов — уже вещь. А если этот же камень сделан строительным материалом для дома? Какую-либо постройку, хоть она и материальна, и рукотворна, и функциональна, вряд ли можно назвать вещью. Значит, вещь — это не природный объект, но и не возведенная человеком недвижимость (например, здания или сооружения).

Садовая скамейка, даже укрепленная в земле, остается вещью, а каменная ограда уже не является, то разборная ограждающая конструкция — уже — да. Дверь или оконная рама, пока они товар в магазине, — вещи, по включенные в структуру квартиры они сливаются с ней, ведь о квартире в целом мы уже не скажем: «это моя ■вещь*, вещи — то, что в квартире размещено, но может быть вынесено из нее при переезде очень сложный объект — например, компьютер со всем его электронным мозгом — можно назвать вещью, так ЧТО сложность этому определению не помеха. Крошечная булавка и огромный контейнер — вещи, так что и размер не помеха тоже.

Итак, вещью мы называем материальный объект любого размера и любой сложности, введенный человеком в свой обиход или изначально созданный им для своих нужд самого

широкого спектра, но не относящийся к недвижимости и не являющийся ее неотъемлемой частью. Вещь — структурная единица проектирования в дизайне, понимаемом как предметное творчество.

В самом имени, которым назван этот разносторонний помощник человека, содержится тайна, не просвечивающая при его обыденном употреблении. О возможности такого эффекта мы уже говорили относительно термина «дизайн». Так каков же генезис (природа, происхождение, «родственники») слова «вещь»? Какова его этимология (первичные значения)?

Вспомним, как называется жанр изобразительного искусства, имеющий своей натурой вещи? «Натюрморт», разумеется. А как переводится с французского слово «натюрморт»? «Мертвая натура или природа». Значит, вещи мертвы? Природа вещей — неживая? А как переводится этот жанр с английского? «Still life» — «тихая, или безгласная, жизнь». Так что же, вещи безгласны? Так ли это? Слово «вещь» заимствовано из старославянского языка. В старославянском «вещть» произошло от «векть», произведенного посредством суффикса «т.ь» от той же основы, что и латинское «VOX», означающее «слово», «голос». Таким образом, «вещь» оказывается однокоренным словом с «весть», «вещать», «вещий». А однокоренное — значит, родственное. Вот вам и «безгласность»! Кроме того, выражение «сделать хорошую вещь» обладает полисемией, то есть многозначностью и может читаться как «создать нечто хорошее», «совершить хороший поступок». «В древнерусском языке слово «вещь» исконно значило и "духовное дело", "поступок", "свершение", "слово"». [61, с. 308]. Разве «мертвой натуре» такое под силу?! Видно, ко времени появления этого искусствоведческого термина уже было утрачено понимание исходного, глубинного ощущения вещи как информационно емкой и энергонесущей субстанции материального мира. Впрочем, русский язык вовсе обошел эту проблему, заимствовав термин из французского.

А вот еще свидетельство того, что вещь далеко не «безгласна» и, тем более, не «мертва». Исследователь палео-психологии, то есть психологии древнейшего человека, Б. Ф. Поршнев [44, с. 442-459] утверждает, что именно вещь послужила для дифференциации (различения, здесь: развития, обогащения) речи. Происходило это, по его представлению, так: неизменный звуковой сигнал, так называемая «глассоляция», то есть попросту вопль, эмоциональное восклицание древнейшего человека, в соединении с манипуляцией различными вещами или указанием на них производил новое значение. Пережиток этого исследователь видит в омонимах («ключ» и «ключ», «лук» и «лук» и т. п.), смысл которых только и можно определить по контексту или при указании на соответствующий объект. Так, по мнению Б. Ф. Поршнева, возникла развитая вторая сигнальная система: вещь «вторглась в слова», обрела в них свой голос. Вещь и теперь «звучит» в развитой человеческой речи, просвечивая сквозь образные определения и поэтические тропы (особые выразительные приемы языка).

Но есть и встречное этому вполне очевидное свидетельство живости, отнюдь не безгласности вещи: при помощи определенным образом подобранных специально созданных вещей можно «говорить», выражать как сложные социально-культурные смыслы, так и смыслы индивидуального, личного характера. И этим занималось всегда и теперь занимается все предметное творчество — и ремесленное, и прикладное, и дизайнерское.

Перед нами четыре элемента (четыре понятия, четыре «космоса»): вещь, культура, цивилизация, дизайн, — и все они каким-то образом связаны между собой. Между четырьмя элементами системы существует шесть парных связей, рассмотрим их последовательно.

ВЕЩЬ В КУЛЬТУРЕ, В ЦИВИЛИЗАЦИИ, В ДИЗАЙНЕ

Вещь и Дизайн • Вещь и Культура • Культура и Цивилизация • Дизайн и Культура, Дизайн и Цивилизация • Вещь и Цивилизация

Вещь и Дизайн

По поводу дизайна, понимаемого как создание новых (удобных, красивых, полезных, в общем — хороших) вещей, писалось достаточно много, это самая разработанная тема из тех, что обозначены в таблице предисловия. Следует сказать, что при всей скорей внутренней сложности — это и самое очевидное понимание дизайна как деятельности по совершенствованию нашего окружения. Очевидное — даже в самом прямом значении этого слова. Вещи мы видим, можем наблюдать их объем и цвет, способны зрительно даже 'ощутить' их массу и фактуру поверхности. Само мышление наше устроено так, что наиболее понятным для него членением окружающего мира стало различение в нем вещей или — шире — материальных объектов. Неудивительно, что и структурной единицей дизайнерского проектирования, прежде всего, была осознана именно вещь (или комплекс вещей).

Однако цель ЭТОЙ книги — поэтапно прийти к пониманию особенностей дизайна виртуальных объектов, то есть уже не вещей, даже совсем не вещей, а в лучшем случае, системы замещающих их знаков. И *а* гои повой реальности единицей проектирования станет уже не отдельный элемент дискретного предметного мира, а некое целостное виртуальное событие, протекающее в нерасчленном пространственно-временном континууме сознания адресата. Но для того чтобы лучше понять особенности такой проектной практики, к пониманию дизайнерского творчества в электронной среде следует подойти постепенно.

Поскольку же целью нашей остается приближение к медиадизайну — *го* и здесь, говоря о вещи, мы не станем вникать в вопросы, которые было бы совершенно необходимо поднять, если бы речь шла о создании промышленных изделий, например, вопросы их технологической формы, продиктованной спецификой того или иного производства, свойствами материалов и пр.

Мы будем касаться лишь тех сторон предметного творчества, которые уже на этом этапе определяют особенности дизайнерского подхода к проектированию и сохраняют свою актуальность при любых изменениях характера объекта. Объект этот может быть самым разным: и материальным, дискретным, выхваченным из вещного окружения человека, и целостной, нерасчленной предметно-пространственной средой, несущей заряд направленного эмоционального воздействия, и событием, актом коммуникации особого рода, принадлежащим виртуальной реальности.

В сознании проектировщика «предметного мира», как и в сознании всякого человека, адресата его творчества — мир этот практически все тот же, каким еще в XVI веке предстал он перед Исааком Ньютоном и Френсисом Бэконом. Фундаментальные основы такого мира и теперь составляют: пространство, понимаемое как вмещилище различных вещей, и линейное, однонаправленное время. Такая модель мира сохраняется нашим обыденным сознанием, такое понимание его вросло в нас и, отчасти, сделалось нашей натурой.

Чтобы увидеть мир как-то иначе, приходится делать над собой усилие, хотя на самом-то деле исходное, природное, интуитивное мировосприятие вовсе иного свойства. И то, древнейшее, неожиданно оказалось ближе к современным научным представлениям, чем эта предсказуемая механистическая вселенная. Но об этом — в следующих частях книги.

Сосредоточимся на мире вещей, заполняющих «пустой ящик» пространства, то есть на проектировании фрагментов этого предсказуемого мира, подчиняющегося линейной логике и состоящего из многообразия дискретных вещей, объединенных лишь вниманием к ним человека. Рассмотрим вещь как структурную единицу и окружающего мира, и его дизайнерского совершенствования.

Вещь и Культура

Вещь теснейшими узами связана с культурой: это зашифровано и в первоначаль-

ном смысле обозначающего ее слова, в его многозначности, и в участии самой материальной вещи в становлении человеческой речи. И вот что еще убеждает в неразрывном единстве вещи с запечатленной в ее облике культурой — это то, что даже единичная вещь способна быть представителем целого региона или целой исторической эпохи.

Перед нами чайная чашка, ее назначение: емкость для популярного на всех континентах напитка. Но — вспомните кустодиевскую «Купчиху»: как на-

крыт ее стол, как пьет она чай с блюдечка с сахаром вприкуску. Вспомните, как наслаждается она довольством и покоем, припомните рисунок ее расписной чашки. А сразу после этого представьте себе «чайную церемонию» в Японии: традиционное помещение с циновками и специальной нишей (знакомой) для картины, вазы или букета, задающих тему беседы, никогда не нарушаемый порядок движений, подчеркнутую природную простоту и особую изысканность посуды, и в том числе чашки. Наконец, вообразите себе английский five o'clock: изысканность сервировки чайного подноса, безукоризненный тон легкой беседы, жест, которым подносится ко рту и ставится на блюдце чашка толстостенного английского фарфора.



Материалы АРТ СЕССИИ 2007 год

Невидимый глазу субстант разложил саму вещь в ее историческом контексте на художественный коллаж, превратив обыкновенные предметы в объект искусства

Вещь в культуре, в цивилизации, в дизайне

Так приятно нить горячий душистый напиток. Все эти сцепки — всего лишь чаепитие, но какие несопоставимые образы, рисуя воображение, когда думаешь о каждом из них!

Всякий раз одна и та же вещь попадает и совершенно разные культурные контексты, участвует в разных ритуалах. А развитые ритуалы — не только сакральные (освященные свыше божественным присутствием), но и бытовые — это признак культуры; именно внутри культуры вырабатываются ритуалы, чтобы закрепить в человеческом обществе определенные ценности, от высоко духовных до вполне обыденных. Степень одухотворенности ритуала чаепития во всех трех примерах, конечно, различна — но в каждом случае простая чайная чашка несет на себе образ представляемой ею культуры. Вещь в культуре — это материальный носитель стиля и образа жизни.

Вещь не только несет на себе образ породившей ее самобытной культуры, но и содержит в себе идеи и смыслы, которыми наделяется в сознании людей какой-либо ее исторический этап. В исследовании, опубликованном еще в 1990 году, А. Н. Лаврентьев [24, с. 74-87] проследил, как сменялись тенденции формообразования в дизайне (архитектуре, изобразительном искусстве и пр.) XX века в точном соответствии с изменяющимися представлениями о мире и трансформацией его идеальной (мыслительной) модели. Он назвал такие тенденции последовательно: геометрической, органической, метафорической и технонаучной (или информационной). Опираясь на эти наблюдения, легко восстановить ситуацию, слегка заострив ее, — представим себе, что каждая из эпох выражала себя в определенном лозунге, концентрирующем свойственные ей представления.

«Все — есть игра чистых форм» В таком случае «геометрическая» концепция формообразования — это крайнее воплощение идеи искусственности среды, опирающейся на математико-геометрические закономерности. В основе такой философской и эстетической позиции лежит умозрительный мир чистых, отвлеченных, универсальных форм. Это — апология логики, целесообразности и разумности. В России у истоков этого направления стояли художники-авангардисты 20-х годов В. Татлин, А. Родченко, другие конструктивисты, а также супрематисты К. Малевич, Л. Лисицкий и пр. Арсенал художественных средств геометрического направления — плоские или объемные первичные геометрические формы. Композиция строится на их сочетаниях, которые выражаются через строгие правила масштабности, ритма, контраста — нюанса, статики — динамики и пр. Все подчинено логике и создает собственный художественный язык, это — «интеллектуальный» стиль, его композиции в пределе — кристаллы. Именно поэтому изделия, выполненные по этим принципам, как замечено, «не умеют красиво стареть», поскольку главное свойство их — безупречность.

Внутри этого подхода различаются его разновидности:

- **структурный** — когда акцент ставится на создании композиции из однотипных элементов путем их репликации, то есть простого повторения;
- **конструктивный** — когда создаются более сложные сочетания исходных элементов, придающих композиции эмоциональную окраску;
- **знаковый** — когда внимание акцентируется на исходной символичности элементарных геометрических форм (см. простые знаки-символы в главе 9).

«Геометрическое» направление в целом сохраняет свое лидирующее положение в дизайне. Выработанные в нем правила построения композиции содержатся в классическом пропедевтическом курсе, поскольку именно это направление позволяет с особой ясностью выделить отдельные элементы композиции и определить правила их соединения в законченном произведении. Строгий рационализм подхода позволяет четко ставить задачу и в меньшей степени зависеть от капризов творческой интуиции. Но именно последнее обстоятельство эмоционально обедняет результат.

«Все — есть органическое продолжение живого». Проходит время — и идею, что

мир исходно рационален и геометричен, сменяет новая, более пластичная его модель. Эта идея развивалась в русле архитектурной бионики, и теперь основа ее композиций уже не «кристаллы*», а «растения». **«Органическое»** направление опирается не только на структурные и конструктивные закономерности, «подсмотренные» у объектов живой природы, оно также учитывает и свойства технологий, материалов, их собственные визуальные и тактильные качества, оно более чувственно, чем интеллектуально. Здесь уместно вспомнить скульптуры Генри Мура, объемные композиции Ле Корбюзье 30-х и 40-х годов. Происходит усложнение форм, вещи продолжают органику человека. Человек же, как было замечено одним из адептов органического формообразования, «в своих движениях... инстинктивно подчиняется кривым линиям». Джулия Кардинали, автор знаменитого «Дома в холме», пишет: «Посмотрите, к примеру, на следы, которые оставляют люди в парке, когда прямоугольная сеть дорожек засыпана снегом», она утверждает: «прямые линии не существуют в природе, они придуманы человеком* [цит. по 24, с. 79]. Теперь, на новом этапе, побеждает эстетика мягких, гибких форм, которая окончательно сложилась в 50-е годы, но пика своего достигла в 70-е с освоением литья из пластмасс, использованием поролона и прочих пластичных материалов. Это был также и пик общественного интереса к экологической проблематике.

«Все — есть игра культурных смыслов». Следующее направление формообразования сложилось ко второй половине 80-х годов и принципиально отличается от двух предыдущих. Если прежде исходным прообразом композиции были первичные формы неживой или живой природы («кристаллы*» или «растения»), то «метафорическое» направление опирается на символическое значение вещи, вписывающее ее в культуру. Предложенный лозунг такого миропонимания смыкает его с основными позициями сменившего модернизм постмодернизма. Здесь важно понять: есть первичные формы, существующие в природе до человека и вне человека, но есть и такие, которые порождены уже человеческой культурой, но при проектировании выступают в качестве исходного материала. Есть вещи, материальные элементы человеческого окружения, которые для большинства людей стали столь привычными, что бессознательно воспринимаются ими как квазиприродные. В них, в этих исходных формах, уже закодированы смыслы, понятные человеку определенной культуры. Мы говорим, что они «вошли в массовое сознание» или даже «внедрились в подсознание». Такой вещью могут быть весы как символ справедливости или изображение оточенного гусиного пера — ведь мы, глядя на него, сначала думаем о «вдохновенном поэте», а уже потом — о птице, правда?

Направление формообразования, условно названное «метафорическим», сопрягая элементы, относящие наше воображение к каким-либо внятным смыслам, как раз и использует в качестве «первокирпичиков» своих композиций эти привнесенные в вещи культурные значения. Сами материальные объекты при этом становятся носителями и конденсаторами этих смыслов. Подобное направление иронично, оно литературно и опирается на визуальные (изобразительные) метафоры. Предтечей нового композиционного приема можно считать известное произведение С. Дали «пуф-губы», созданное еще в 1936 году. Прием предъявляет проектировщику весьма высокие требования, для владения им необходимы широкий культурный кругозор, живость ума, развитое чувство юмора, ясная авторская позиция, топкий интуитивизм и развитый художественный вкус (поскольку здесь, как нигде, легко впасть в кич). Но в своих удачных примерах это направление формообразования есть активное приобщение к опыту культуры, школа обнаружения в вещах и их изображениях скрытых смыслов и ассоциаций.

«Все — есть информационный процесс». Технонаучное (или информационное) направление связано с лавинообразным, начиная с 90-х годов, развитием электронных средств коммуникации. В соответствии с этой моделью объекты проектирования теряют свою привычную завершенность, стабильность, но зато приобретают ипрограммируемость и интерактивность. Информация как таковая становится фактором средообразования и приобретает метафизичность, о

чем подробнее пойдет речь в третьей части, посвященной дизайну в электронной среде.

На этом этапе вещь как материальный объект уступает приоритет знаку, однако ясно, что преждевременно (или даже вовсе невозможно) говорить об устранении вещи из человеческого обихода. Технические устройства, видимо, и дальше будут стремиться к минимализму, при этом материальные объекты могут становиться менее заметными, «делать вид, что утрачивают свою телесность. Эстетика будущего, возможно, станет выстраиваться на «материализации нематериальных отношений, опредмечивании пустоты, назывании неназываемого, означении незначимого» (Л. Дрединина), но никогда окружение человека не сможет полностью «развеществиться» хотя бы по причине физической природы самого человека. Однако вообразить, какой именно вид примет формообразование в новой реальности, прогнозировать будущую эстетику «информационного» мира было бы опрометчиво, поскольку сейчас все мы находимся внутри (а возможно, и в самом начале) складывающейся системы представлений.

Нельзя не заметить, что ни один из перечисленных четырех типов формообразования не ушел бесследно — все они живы и в разных проектных ситуациях выявляются и теперь. Однако каждый — есть выражение определенного миропонимания, складывающегося в культуре на протяжении XX столетия.

Тема «вещь в культуре» постоянно присутствует в изысканиях самых разных направлений философии, социологии, социальной психологии и пр. Подробное рассмотрение эволюции представлений о роли вещи рядом с человеком не входит в нашу задачу, достаточно сказать, что подчас ей присваиваются

почти демонические способности подавления человеческой свободы. Итак: от универсального помощника, помогающего человеку приспособиться к физическим и социально-культурным условиям существования, — до могущественной злой силы, порабащивающей человека, превращающей его в безвольное существо, маниакально устремленное к обладанию Вещью.

Критически относясь в гипертрофии так называемого «вещизма», дизайнер в силу своей профессии не может стоять на позициях обличителя, аскета и ригориста. Совершенствование предметного мира, привнесение в него гармонии и красоты, как бы различно они не понимались, безусловно, служит усилению привязанности к миру вещей. Но чуткий к вечным ценностям «идеальный Дизайнер» — медиатор, посредник между материальным миром и миром духовным, он призван снимать эту оппозицию. Для того же, чтобы полнее осмыслить место вещи рядом с человеком, необходимо уяснить себе, что же такое Культура в ее соотношении с цивилизацией.

Культура и Цивилизация

Сопоставим сначала значения слов, определяющих эти явления. Культура — от латинского *cultura*, то есть «обработка», «возделывание», «улучшение», противопоставляется *natura* — природа, натура. Значит, изначально понималось так, что в культуре происходит качественное, глубинное совершенствование природных форм, так же как при обработке улучшается почва, способная после возделывания приносить плоды. И сегодня мы утверждаем, что в культуре происходит философское и эстетическое освоение мира, совершенствуется, кристаллизуется духовное наполнение жизни.

Цивилизация — от латинского *civilis*, близкого по смыслу греческому «полис», то есть «город-государство». Городская и государственная (полисная) жизнь связана с развитием разного рода технологий: строительства, производства, правления, социальных коммуникаций и т. д. Отсюда словом «цивильно» определялись вкусы и манеры, соответствующие нормам гражданского (то есть городского) устройства жизни, что противопоставлялось не только армейскому (цивильное платье - не военная форма), но и не

городскому, то есть сельскому, укладу. Значит, говоря о цивилизации, мы подразумеваем совершенствование внешних форм Жизни, связанное с развитием технологий.

Определений понятия «культура», как следует из книги А. С. Кармина [21, с. 10]. к настоящему времени доходит до полутысячи, около семидесяти из них можно почерпнуть в книге М. С. Кагана [18]. Но для наших прикладных целей из всего этого спектра в равной мере убедительных определений (не в пример определениям дизайна они не столь противоречивы), следует принять одно, но «работающее» в соотношении с важными для нас понятиями. Такими понятиями, прежде всего, являются: «цивилизация», «вещь», «дизайн», «стиль»,

Как бы ни определять это явление, к культуре следует относиться как к сложной развивающейся системе, приближающей по степени своей сложности к живому организму. Такую систему философ Э. Маркарян называет «имитирующей живую», этот автор даже проводит параллели между особенностями культурной динамики и развитием живых организмов, он соотносит:

- культурные традиции — с генетической наследственностью;
- инновации в культуре — с мутацией организмов;
- закрепившиеся в культуре инновации — с процессом естественного отбора.

1.2. Вещь в культуре, в цивилизации, в дизайне

Возможно, в таком кратком изложении это выглядит несколько схематично, но весьма наглядно демонстрирует чрезвычайную сложность культурного «организма».

Представлений о том, как соотносятся между собой культура и цивилизация, тоже множество, и в этом единомыслия как раз не наблюдается. Можно привести полярные мнения на этот счет, например, О. Шпенглера [59] и М. Эпштейна [62]. Первый считает, что цивилизация — это закат, сумерки культуры, когда на смену живым, органичным формам духовной деятельности приходят механические, массово-уравнительные, государственно-технократические формы. Страх перед так понимаемой цивилизацией мы найдем у многих мыслителей.

В представлении М. Эпштейна пессимистическая позиция О. Шпенглера, возможно, и справедлива для традиционных органических культур (таких, как индийская, китайская, западноевропейская), которые возникли на собственной этнической основе. По мере дряхления они действительно могут вырождаться в цивилизацию, нивелируясь, теряя свое неповторимое духовное наполнение. Но возможен и встречный путь, например, для регионов, где активное культурное развитие началось с цивилизаторских усилий.

Таковы, по мнению автора, Соединенные Штаты и «послепетровская Россия». В США XIX века образовалась мощная буржуазно-демократическая цивилизация, достигшая больших технических и экономических высот, но небогатая по своей художественной культуре — все лучшее ввозилось из Европы. Лишь в XX веке в США сложилась самобытная духовно-укорененная культура — это факт послевоенного времени. Россия XVIII века — это господство цивилизации, образованной реформаторской деятельностью Петра I, насильственным воздействием западных образцов. Прежняя культура Руси жестко отвергалась и практически была утрачена. Лишь к 20-м годам XIX века эта привнесенная извне цивилизация постепенно сроднилась с на7П1 опальной почвой и переросла в самобытную культуру нового времени.

Кстати, в середине XIX века В. Г. Белинский писал о Петербурге и особом, отличном от патриархального московского, образе жизни в этом «самом европейском? в России городе. Он говорил, что пока «европеизм» это еще внешний, но из этого много чего хорошего может выйти впредь [7]. Значит, и он допускал, что такая возможность существует: начать с цивилизаторских усилий, результаты которых со временем способны перерасти (или — прорасти) в культуру.

Продолжая свою мысль, М. Эпштейн поясняет: цивилизация - это порядок (политический, экономический, технологический), но порядок застывший, и поэтому со временем он угасает, разлагается. Происходит это потому, что внутри застывшего, косного порядка всегда возникают оппозиция, раздвоение, саморефлексия, что порождает философию, искусство как пути самопознания, как возможность появления новых идей, инноваций во всех сферах жизни. Так в недрах разлагающейся структуры цивилизации рождается культура в виде «фермента брожения», проникшего в «дистиллированную жидкость». Она возникает, как «бессмертная ночная бабочка», выпорхнувшая из «впавшей в состояние спячки, застоя, окукливания» цивилизации [62, с. 397].

Несмотря на то что приведенные взгляды на соотношение цивилизации и культуры диаметрально противоположны, в главном они сходятся: цивилизация — это порядок и технологии, культура — «брожение» и самопознание. В своей замечательной книге об особенностях культурной динамики 10. М. Лотман [31] за **технологическим развитием** закрепляет качества **постепенности и предсказуемости** (при всем впечатляющем динамизме наблюдаемого сегодня развития технологий коммуникации), а за **культурными процессами** — **взрывной характер и нарушение закона причинности**. Это различие — принципиально, и в ретроспективе, на больших временных дистанциях оно заметно. Так что разногласие приведенных трактовок лежит не в существе, а в сфере индивидуальных нравственных оценок: что считать «хорошо», а что «плохо». В первом случае индивидуально-духовное — это хорошо, а уравнилельно-обустроенное — плохо; во втором — цивилизаторская прививка весьма болезненна, но для будущего может оказаться полезной. Культура же — в любом случае прорастет, пробьется.

Если цивилизация — это технологии, то, что же тогда культура? В культуре вызывают **идеальные** (мыслительные) **модели мира**, так называемые системы ценностей, смыслы, которыми человек наделяет окружающую его действительность. Культура — это полигон его самопознания и познания мира. Но у человека есть природная потребность познание каким-то образом фиксировать, то есть воплощать. Вот эту «плоть» идеальным, мыслительным моделям и позволяет обрести цивилизация. Она помогает тем, что вырабатывает различные технологии — в данном случае знаково-символические языки описания идеальных мыслительных построений. Этим она способствует воплощению отвлеченных идей в самом различном материале (слове, музыкальном звучании, изображении, постройке, промышленном изделии, способе передачи информации и пр.). Развитая цивилизация позволяет рассказать о воспринятом, познанном, желаемом на самых разных языках: научном, художественном, и в том числе на языке дизайна.

Дизайн и Культура, Дизайн и Цивилизация

Подытоживая предыдущее, можно сказать, что **дизайн возникает как реакция культуры на цивилизацию**. Или — как технологическая возможность зафиксировать новые культурные смыслы. Уравнилельные технологии одухотворяются дизайном как «полномочным представителем* культуры и, со своей стороны, предоставляют дизайну возможность воплощения проектных идей. Дизайн своей содержательной частью вписан в культуру, но не мыслится вне цивилизации в части выбора выразительных средств. Когда знаково-символический язык описания, поставляемый цивилизацией, счастливо совпадает с содержанием господствующей в культуре идеальной модели мира, возникает целостный стиль мышления или стиль в искусстве, иными словами, **стиль — это удачное пересечение цивилизации с культурой**.

Так, когда же, в какую эпоху, внутри какой культурной модели, при каком состоянии цивилизации возникло в Европе явление, именуемое теперь дизайном? В своей книге М. А. Коськов [23] приводит следующую зависимость: то, какое определение мы даем дизайну (а таких определений, как мы уже знаем, множество), относит его возникновение к определенному периоду человеческой истории. Это выглядит весьма

показательно: от модели дизайна — к истоку явления. Создаваемую картину иллюстрирует табл. 1.1.

Глава 1. Вещь в культуре, в цивилизации, в дизайне

Репозиторий ВГУ

Таблица 11. Зависимость датировки начала

дизайнерской деятельности от провозглашенной модели дизайна

Репозиторий ВГУ

Модель профессии	Истоки профессии
«Особый комбинаторный способ мышления» (довольно часто часто встре часто встречающееся представление, даже среди	Так понимаемый дизайн охватывает все сферы человеческой деятельности и является ровесником человечества
«Создание вещей, совмещающих в себе Пользу и красоту* (уже классика, многие отдали дань такому представлению)	Дизайн существует со времен зарождения ремесел и искусства
«Обособившееся проектирование вещей*»	Дизайн возник с появлением машинного производства
* Проектирование лишь эстетически совершенных предметов промышленного изготовления» (наиболее распространенное В профессиональной среде представление, но кто способен поручиться, что проектирует «лишь эстетически совершенные предметы», да и что такое совершенство в	Рождение дизайна совпадает с началом XX века
«Профессионально определенная деятельность»	Появление дизайна датируется 30-ми годами XX

Окончательное осознание дизайна как новой, отличной от ремесленной, деятельности принято связывать с определенным культурным событием — открытием в 1906 году в Дрездене Международной художественной промышленной выставки. За принцип, положенный в основание такого различия, было принято противопоставление:

■ единичности, уникальности ремесленного изделия — и массовости, **тиражированности** изделий машинного производства;

■ традиционности опирающегося на канон ручного производства — и **инновационности** изделий, создаваемых на основе новых технологий,

В тот исторический момент смены производственных технологий проявилось как раз то, о чем шла речь и начале этого раздела: сдвиг цивилизации спровоцировал реакцию культуры, породившей в своих недрах особый вид профессионального воздействия на формирование предметного окружения.

Но даже если возникновение дизайна как самостоятельной проектной практики и привязывается к открытию Международной выставки в Дрездене, в каждом культурном регионе у этой деятельности прослеживается собственная предыстория. Нас, прежде всего,

интересуют отечественные истоки дизайна. Говоря о предтече дизайна в России, о его сегодняшнем месте в нашей культуре и в нашей цивилизации, нельзя не вспомнить работу М.Э. Гизе [12], посвященную этому вопросу. Этап становления профессии назван фактором «протодизайном», его эпоха ограничена, с одной стороны, началом XVIII века (распад традиционного ремесленного производства, появление в России первых металлообрабатывающих заводов и горнорудных предприятий), а с другой — серединой XX века (начало эры крупной индустрии). Хотя эпоха включает в себя и ремесленное, и мануфактурное производства, но в это время уже идет активный процесс смены технологий, что и порождает особую ситуацию в промышленности. В «протодизайне» М. Э. Гизе выделяет два направления, связанных с созданием двух, по существу различных, групп изделий:

и изделия, обслуживающие непроизводственную, домашнюю работу (традиционно женский труд), — их создание основано на синтезе с изобразительным искусством, приемах художественного конструирования (подобие элементов конструкции, их контрастность и т. п.), что в дальнейшем нашло развитие в кустарной и художественной промышленности;

■ изделия, обслуживающие производственную деятельность (традиционно мужской труд), — их создание опирается на принцип информативности формы, использование конструктивных, функциональных, пластических свойств материалов и изделий, что легло в основу классического понимания промышленного искусства.

По мысли автора, подлинный промышленный дизайн (то явление, которое традиционно понималось под этим термином и которое автор предпочитает называть «художественным конструированием») развился именно из мужской линии «протопрофессии», тогда как женская линия дала развитие прикладному искусству.

На первых порах в формообразовании многих промышленных изделий просматривались наивные заимствования из архитектуры, буквальное повторение архитектурных элементов. Затем от прямого копирования инженеры-конструкторы перешли к использованию архитектурных принципов, таких как симметрия, масштабность, модульность, равновесие масс, выразительность конструкции и пр.

В эту эпоху специалистов-мастеров активно готовили Школа рисования и отношения к искусствам и ремеслам графа Строганова в Москве (с 1825 года) и Училище технического рисования барона Штиглица и Петербурге (с 1876 года). Их стипендиаты стажировались в Италии.

Затем наступила другая цивилизация, произошло изменение технологии, на этот раз — технологии управления, технологии власти. Новые обстоятельства породили 1920 год — год рождения в России гениального курса пропедевтики, позднее определившего современную отечественную школу дизайн-образования.

Тогда, в 20-х, в Москве в стенах бывшего Строгановского училища были созданы Высшие художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС). Здесь работали такие художники-«производственники» и конструктивисты, как В. Татлин, А. Родченко и др. Основы дизайнерского стилеобразования складывались под влиянием противостояния конструктивистов, делающих в преподавании акцент на организацию структуры, и супрематистов К. Малевича, Л. Лисицкого, И. Суэтина др., которые во главу угла ставили создание художественной системы. В то же время в Петрограде работал Всесоюзный художественно-технический институт (ВХУТЕИН). Созданную в этих учебных заведениях систему образования не без основания сравнивают со знаменитой школой Баухауз. Однако, как замечает исследователь этой эпохи С. О. Хан-Магомедов [56], при всей схожести их концептуальных установок на изменение системы образования немецкая школа вышла на уровень авангардных идей российских художников только к 1927 году. К этому времени существование ВХУТЕМАС уже закатывалось, поскольку пришли 30-е годы, технология власти вновь протерпела изменения — и в России были пресечены все формальные поиски, несовместимые с идеей тоталитаризма.

Относительно истоков современного российского дизайна существуют различные мнения, в том числе и весьма экзотические. Например, В. Р. Аронов [5] считает письменно фиксированным началом русского дизайна конец IX века, когда был осуществлен план, именуемый в истории «Путь из варяг в греки и из грек». Он называет такой дизайн интуитивным и утверждает, что восточные славяне периода зарождения Древнерусского государства, обеспечивающие бесперебойный перевоз товаров и необходимое обслуживание непосредственных участников — византийцев и норманов, способствовали реализации первого в истории «дизайн-проекта». Как сказали бы теперь, они обеспечивали всю его инфраструктуру. Полученный тогда опыт, в числе прочего, объясняет, по мнению автора, неожиданный Взлет; проектного искусства русских художников-авангардистов в начале XX века.

В последнее время сделалось привычным видеть истоки профессии также в изделиях допромышленной эпохи, демонстрирующих творческое отношение к созданию материальных объектов утилитарного назначения (причем безотносительно к тому, «женское» ли это веретено или «мужская» мотыга). Деятельность, относящуюся к разряду народного прикладного искусства, ремесленного творчества, стали называть «фолк-дизайном», или «этнодизайном». Не вызывает сомнений, что представители всех этносов во все времена так или иначе «оформляли» свой быт и искали удобства в орудиях Труда. Но такое чересчур свободное использование термина приводит к полному «размыванию» его смысла (представляется, что с тем же основанием смастерившего себе юбку из травы можно называть кутюрье).

При этом должного внимания пока не привлек к себе и серьезно не изучается современный нам, стихийно проявляющийся, бытовой, непрофессиональный дизайн, хотя он и демонстрирует подчас удивительные примеры свежих решений, примеры приспособляемости человека к не всегда благоприятным условиям существования. А это и есть исходная посылка, объективное условие смыслодежащих инноваций, вносимых в наше предметное окружение.

В художественно отрефлексированной форме «стихийный» дизайн отразился в работах Ольги Флоренской, прежде всего в ее инсталляциях «Русский дизайн». Автор их пишет о «стихийном» дизайне: «Это замечательное явление, такое же естественное, как климат или речь, несомненно, формирует характер, психологию и я пеги чески с пристрастия людей, населяющих Россию» [54, с. 10]. Можно добавить: и формирует, и выявляет, выводит на поверхность, делает доступным для анализа. Русские философы-идеалисты начала XX века определяли тип отечественной культуры как «женский» — в отличие от западного, более динамичную, «мужского». Возможно, именно этим объясняется присутствующая в нашей культуре особая интонация любви ко всякой отслужившей свое вещи — как «любви-жалости». «Это именно жалость, то есть. желание пригреть вещь!, и даже не вещь — но существование, сделать способность жить (существовать) естественно продолжающейся независимо ни от чего и всегда», — писала в проспекте к выставке «Русский дизайн» известная искусствовед Екатерина Андреева [4, с. 7].

Наблюдая из окна вагона за проплывающими мимо сельскими домами, примыкающими к ним участками, часто убеждаешься в обидном безразличии живущих там людей к своему предметному окружению. Но одновременно и поражаешься неожиданным на этом фоне манифестациям соединения «женской» «любви-жалости» ко всякой отслужившей свое вещи с «мужской*» фольклорной солдатской смекалкой неожиданного атой вещи применения. Такие наблюдения подтверждают известное замечание А. С. Пушкина: «...отличительная черта в наших нравах есть какое-то веселое лукавство ума, насмешливость и живописный способ выразаться». В данном случае такими «живописными выражениями» являются наивные и непосредственные «инсталляции» «стихийного» дизайна.

О чем это может говорить? Возможно, о том, что в «стихийном» дизайне наглядно проявляется неполное совпадение уровня цивилизованности (технологии обыденной жизни) и состояния культуры (идеальной модели мира), то есть — порядкам «взрыва», регулярности и непредсказуемости. И перевес происходит в сторону второго элемента, то есть в пользу «бродильного начала*» культуры. В этой наблюдаемой за окном поезда картине ценности цивилизации занижены (несмотря на действующую с петровских времен прививку), а ценности культурной самоидентификации несомненны. Крупнейший русский философ Николай Бердяев писал об этом характерном для нас несоответствии как о «силе стихии и слабости формы» [8]. Похоже, ситуация последнего времени это соотношение в некоторой степени изменила.

Принципы композиционного формообразования — объективны, дизайн как порождение индустриализации, технологического развития общества — интернационален. Но дизайн как функция культуры определенного типа — своеобразен. Старейший и самобытный мыслитель отечественного дизайна Карл Кантор [20], рассматривая особенности отечественного дизайна на протяжении «застойного» тридцатилетия (с 1955 по 1985 годы), утверждает историческую и теоретическую самоцельность и самоценность проекта в российской культуре. Во всяком случае, автор утверждает, что «ценность ее (культуры. — *И. Р.*) не в том, что она осуществима, а в том, что она ЕСТЬ. Жизнь в проекте вполне достойный и даже возвышенный способ существования*» [20, с. 13]. А это, как видите, весьма далеко отстоит от прагматичной позиции, традиционно приписываемой дизайну.

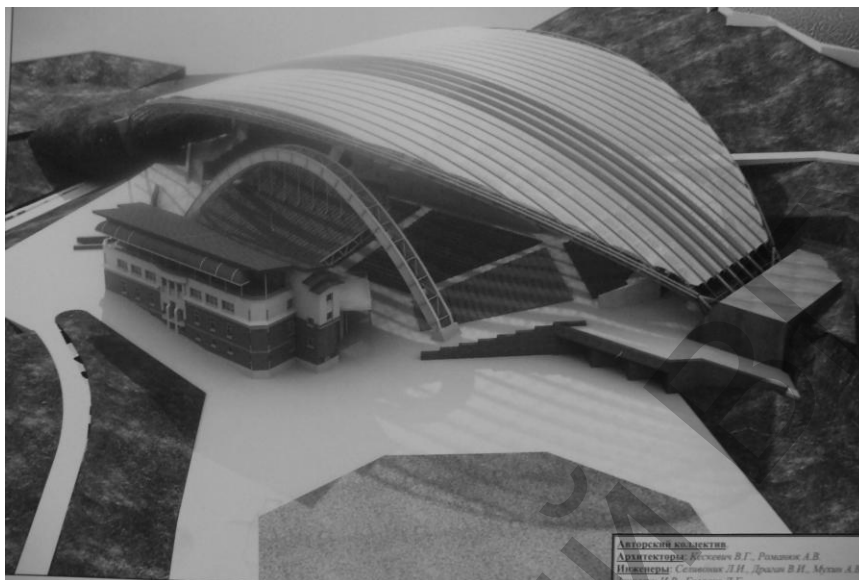
По его мнению, это соотносится с определением Л. П. Карсавиным русской культуры как потенциальной. Характерно, что и С. О. Хан-Магомедов отмечает, что именно производственные факультеты ВХУТЕМАСа не оправдали надежд, тогда как Школа оставила заметный след в культуре. Общеизвестны такие сугубо проектные объекты-идеи той эпохи, как, например, Башня III Интернационала В. Татлина. По-видимому, лицо отечественного дизайна, в том числе, «стихийного», заметнее проявляется в глубине культурных процессов, чем на поверхности цивилизационных примет.

Традиционные культурные особенности вкупе с издержками «социалистического способа хозяйствования», определявшими низкий уровень промышленных технологий, спровоцировали в России XX века развитие так называемого «бумажного дизайна», разработку «вербальных проектов», создание «концептуальных объектов*, не предполагавших свое воплощение и примыкавших скорее к арт-дизайну, концептуальному искусству и «наглядной философии*». Эти же обстоя-

тельства породили в советскую эпоху и рост **профессиональной рефлексии**, создание множества интересных теоретических и методологических разработок.

Особой силы эта ситуация достигла к 70-м — 80-м годам (вузовская паука. разработки системы ВНИИ технической эстетики), когда экономический и промышленный «застой» сопровождался напряженной концентрацией мысли. Перечисленные области проектного творчества в меньшей степени зависели от организационных или технологических условий производства, от идеологических ограничений. В конечном счете, это выработало в отечественном дизайнерском мышлении черты виртуальности; **проект ценен не тем, что осуществим, а тем, «что он ЕСТЬ»**. Творческому сознанию в любых социальных, культурных, экономических условиях необходимо реализовать себя, а всякий виртуальный объект, не обладая материальной субстанцией, тем не менее, принадлежит реальности.

Вещь и Цивилизация



Вещь в культуре — материальный носитель и проводник **стиля**, когда стиль — выражение определенного миропонимания на языке, предлагаемом цивилизацией. Но роль вещи в цивилизации можно еще уточнить.

Есть такое громоздко звучащее определение: **дифференцированность вещепользования**. Это когда вы носите одежду не только для того, чтобы прикрыть наготу и защититься от холода, а имеете в своем гардеробе специальные туалеты отдельно для домашней вечеринки и посещения оперы, для спортивных занятий и поездки на пикник, для деловых переговоров и дискотеки и т. д. А это означает, что вы пользуетесь вещами дифференцированно, в каждом отдельном случае — соответствующими обстоятельствам места, времени и действия. Если мы сравним традиционное крестьянское застолье, когда на столе стоит одна миска с похлебкой, а у каждого едока по ложке, с тонко разработанным этикетом пользования многочисленными столовыми приборами на каком-нибудь высоком европейском приеме, то увидим различные уровни цивилизованности. Две эти ситуации принадлежат разным культурам (традиционно-крестьянской и элитарно-городской), каждая из которых, безусловно, обладает собственной ценностью. Но мы также отмтим, что чем ситуация сложнее для скрупулезного следования ее правилам, которые включают в себя необходимость точного использования множества вещей узкого назначения, тем цивилизованность общества, следующего таким предписаниям, выше. Различение по этому признаку существенно для предметного творчества, которым является дизайн.

Итак, если в культуре вещь — проводник **стиля и образа жизни**, то **вещь в цивилизации — индекс ее развития**. Вещь, как уже говорилось, имеет свой голос — в данном случае она «вещает» о том или ином уровне технологии жизни. Технология жизни определяет и то переживание вещи, те значения, которые придаются ей внутри человеческого сообщества. Если в культуре вещь говорит о большем, чем прямое ее назначение, если в культурном контексте она не тождественна самой себе, символична — то в цивилизации вещь непосредственно указывает на устройство человеческого бытия. Поскольку в реальности обе эти стороны вещи совмещены, используется такое понятие, как **социокультурная функция вещи** то есть ее назначение, определяющееся на перекрестке социальной жизни, которая примыкает к технологиям цивилизации, и культуры как стихии, несущей смыслы.

- Исторические предпосылки и основные этапы становления и теоретического осмысления дизайн-деятельности.

Вопросы для самопроверки:

1. Каково происхождение термина «дизайн» и как выглядит (по Оксфордскому словарю) историческая трансформация его смысла?
2. Чем, по мнению западных исследователей и практиков дизайна XX века, является этот вид деятельности? Какой вывод можно сделать из многообразия его определений?
3. Каково происхождение слова «вещь»? Какова роль вещи в человеческом бытии, в культуре, в цивилизации, и дизайне?
4. Как соответствует характер формообразования в дизайне принятой в данный исторический период базовой модели мира? Какие модели мира легли в основание стилевых направлений XX века?
5. Каково происхождение слова «культура» и что оно означает? Каковы происхождение и смысл слова «цивилизация»? Какие существуют представления о соотношении культуры и цивилизации?
6. Как, по мнению М. А. Коськова, модель дизайна, которую мы принимаем, определяет датирование начала этой деятельности? Каково традиционное представление об истоках дизайна?
7. Что такое, по определению М. Э. Гизе, «протодизайн», каковы его временные границы, основные направления, источники формообразования? Что такое «интуитивный» дизайн, и чем В. Р. Аронс мотивирует его роль в становлении профессии?
8. В чем, по мнению К. Кантора, заключается особенность отечественного дизайна советского периода? Что такое современный «стихийный» дизайн?

Материалы для семинаров:

Сущность, метод и роль культурно-исторического и системно – деятельного подхода в профессиональном творчестве дизайнера.

-Философская концепция взаимодействия как методологическая основа теории и практики профессионального дизайнера.

-Формально графическая модель объективного взаимодействия, ее базовые элементы, структура и логика построения

-Структура предметной среды и ее функции в социальном взаимодействии, организации и управлении.

-Культурно-исторические, социально-психологические, художественно-образные, функционально-технические и организационно - деятельностные аспекты организации предметной среды и их роль в профессиональном творчестве дизайнера.

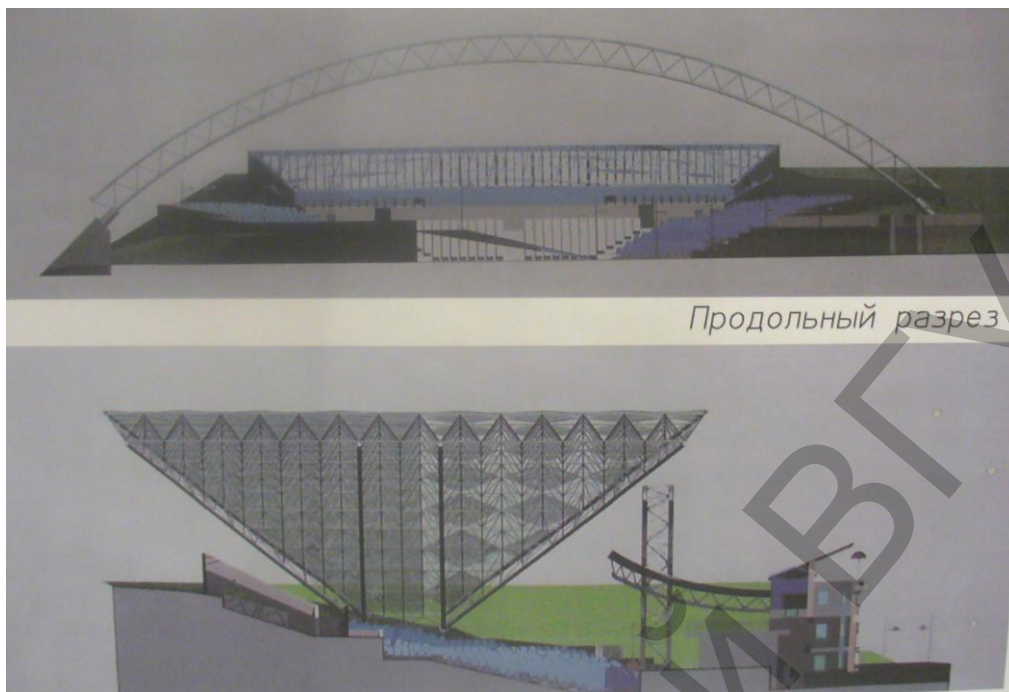
-Сущность и значение композиционно-образных и художественно-выразительных средств в проектной деятельности дизайнера.

Лекция № 4

Методика предпроектных дизайн -исследований и формирования проектных концепций в решении социально-значимых проблем



Предметное мышление в стремлении к гармонии



*Дизайн — деятельность гармонизирующая • Принципиальное различие между прогнозом и проектом * Образ художественный и проектный • Инструментальные и знаковые функции вещи • Понятие социальной роли в дизайне • Типологизация адресатов дизайн-проекта*

Дизайн — деятельность гармонизирующая

Уже говорилось; под «предметным мышлением» мы будем понимать именно то, что, и принято в обиходе, а именно — мышление конкретное, приверженное вещам. Альтернатива «предметному» — мышление отвлеченное, теоретизирующее, склонное к умозрительным построениям. Однако было бы преувеличением понимать предметное мышление как исключительно приземленное, лишенное полета. Ведь мы убедились, кажется, что вещь как таковая не так уж и проста, что в ней могут быть закодированы глубокие культурные смыслы, что, наслаждаясь эстетическими достоинствами вещи, человек способен приобщаться к высоким ценностям культуры и искусства. С другой стороны, сугубо отвлеченное, склонное к абстракциям мышление лишает своего обладателя определенных ароматов жизни, хотя, возможно, и доставляет ему наслаждение безупречностью самой мысли. Но сейчас мы будем говорить о мышлении предметном. Предметно мыслящему человеку свойственно иметь дело с вещами, облик или смысл которых либо раздражает его, либо доставляет ему удовольствие, во всяком случае, ему безразлично, что его окружает.

Состояние гармонии, к которому устремлены сознание и чувства человека, может быть охарактеризовано как равновесие, космос, порядок... Человек интуитивно стремится пребывать в некоем **системно упорядоченном пространстве**, где все окружение работает на поддержание этого эмоционально равновесного и устойчивого состояния. Ключевым здесь является системность. Сознание устроено так, что воспринимает и закрепляет как ценные (в том числе эстетически) те объекты, которые обладают отчетливой и стройной системной организацией. Хотя системность есть свойство, прежде всего научного познания, качеством системности в той или иной степени обладает также и любое произведение искусства — музыкальное, изобразительное, литературное и пр., — причем в этом случае оно определяет эстетическое качество. Авторами могут предлагаться разные, в том числе исключительно новаторские системы, но отсутствовать вовсе система не может. Системность предметного окружения, системность, доложенная в основу дизайнерского решения проблемы, системность программы действий по созданию или совершенствованию объекта дизайн-проектирования любой сложности — это фундаментальное условие профессионального подхода к решению любых типов, видов и объемов задач. А также это основа подхода к дизайн-объекту любого характера: сугубо материального, «средового», включающего самые разные параметры, или информационного, виртуального.

Гармония — в образе ли «мировой гармонии» или царящая в сознании одного-единственного человека, в душе его, эмоциональном строе — состояние нематериальное, оно есть функция от обстоятельств, созданных чьими-то усилиями. Такое гармонизирующее воздействие могут, конечно, оказывать и привлекательные объекты природного происхождения, но также и результаты творчества человека. Гармония предметного мира воспроизводится в воспринимающем ее сознании, она есть духовная производная от результатов деятельности тех, кто это окружение спроектировал и создал. Проектировщиком, озабоченным созданием гармонично воспринимаемых материальных форм еще не наступившей реальности, среди прочих является и дизайнер.

Дизайн — деятельность не только проектная, но и прогностическая, поскольку она не только инновационная, но и прагматичная. Чтобы оставаться прагматичной, ей необходимо многое предвидеть.

Исключительно инновационным, остро авангардным может быть произведение станкового изобразительного искусства, и если оно не находит отклика в чувствах аудитории, это становится печальным фактом творческой биографии автора. Дизайнерские же проекты,

тиражированные промышленностью с соответствующими затратами материальных ресурсов, финансов, времени и сил множества содействующих этому процессу специалистов, — просто не имеют права оказаться затем невостребованными, то есть неуместными и несвоевременными. Поэтому дизайнер обязан прогнозировать ситуацию, складывающуюся в социально-культурной реальности того времени, в которое намечено внедрение его проекта.

Это отчасти возможно, но не во всех случаях в равной мере: социальные процессы, технологическое развитие на какой-то срок можно предвидеть, экстраполируя процессы, улавливаемые в сегодняшней реальности. Что же касается культурных процессов и связанных с ними стилевых изменений, то их угадать в футуро - прогнозе значительно труднее. Здесь приходится исходить из того, что за предполагаемый отрезок времени не произойдет качественного скачка, сместившего ценности сложившейся модели мира, — того, что в синергетической теории (применимой и к изучению культурных процессов как сложной динамической системы) называется бифуркацией. Но дизайн — деятельность все-таки и проектная тоже: при достаточной интуиции автор может найти в объектах материального мира такую грань новизны, которая будет и соответствовать изменяющейся реальности, и вносить в нее (или же вскрывать в ней) новые качества.

Принципиальное различие между прогнозом и проектом

Следует уточнить, что мы понимаем под словом «прогноз», а что — под словом «проект».

Прямое значение слова «прогноз» (от «гнозис», знание) — «предзнание, что сродни понятиям «предвидение», «откровение», «профетизм» и т. д. Мы определили, что некоторая мера предвиденья необходима в дизайне по чисто практическим соображениям, но ведь дизайн — это еще и проектная деятельность, то есть дизайн сам моделирует образ будущего. Возникает дилемма: то ли, опираясь на «экстраполяцию выявленных тенденций» и максимально мобилизуя творческую интуицию, мы пытаемся предвидеть будущее, которое как бы присутствует уже в нашем «сегодня», то ли мы способны сейчас смоделировать некое идеальное состояние этого будущего и разработать род «целевой программы» достижения намеченного результата. Во второй версии воплощается только Теперешнее понимание идеального состояния проектируемого объекта, не замутненные никакими непредсказуемыми флуктуациями будущего. Первый путь назовем прогнозным, второй — проектным. Могут ли в одном сознании одновременно сосуществовать:

- установка на получение (любым путем) определенного знания о будущем с последующим «подстраиванием» под это откровение результатов своей деятельности;

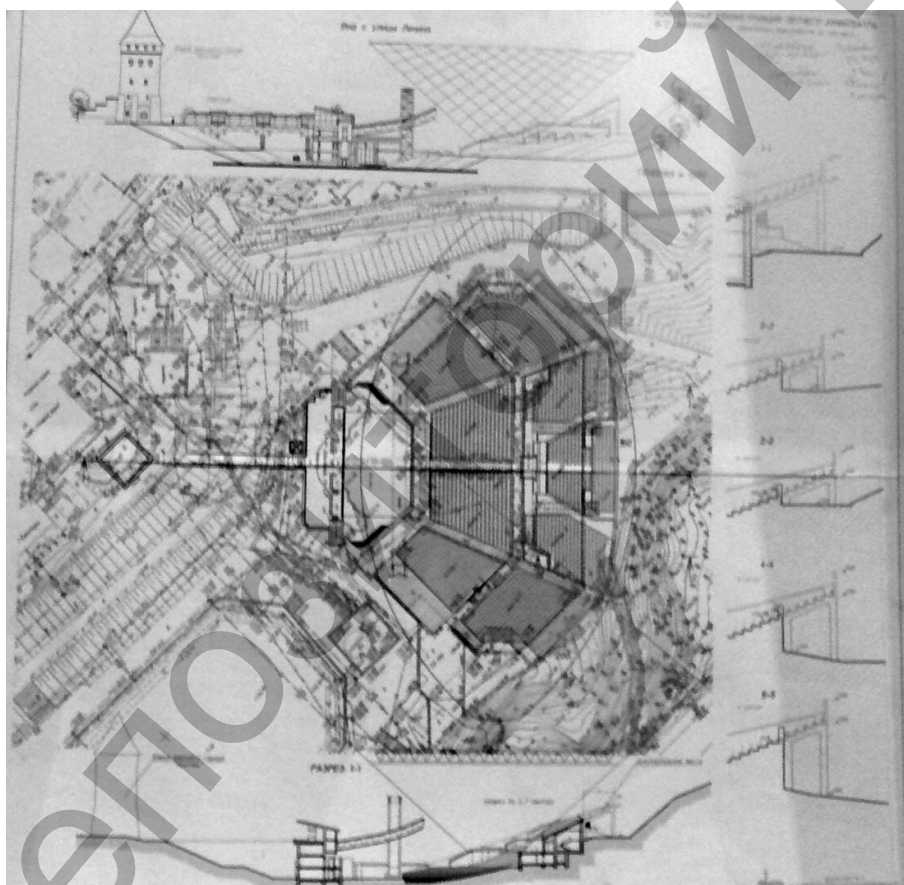
- установка на волевое формирование идеальной модели, которую следует спроецировать в будущее и затем воплотить в жизнь?

Представляется, что ввиду онтологического различия таких установок сознания («онтос в классической философии — учение о сущем») оба случая следует рассмотреть отдельно,

Дизайн-прогноз. Прогноз («предзнание») сближается по жанру с тем, что традиционно именовалось откровением. Грядущее сбрасывает свои покровы, открываясь тому, кто в силу каких-либо особых возможностей и талантов способен его узреть. Никакой профессионализм в области дизайна не обеспечивает уникальных способностей визионеров и пророков, так что претендовать на получение откровения путем применения некой методической отмычки было бы несерьезным. Стоит обратить внимание вот на что: предсказания, «упакованные в жанр фантастики, часто «падают в точку», когда они касаются развития каких-либо социальных процессов или технических открытий, и практически всегда терпят провал, если пытаются вообразить облик будущего, реалии его внешних очертаний. Выразительная сторона будущего, когда оно наступает, оказывается совсем иной, а предсказания выглядят полной наивностью. Вспомните на эту тему хотя бы замечательные технические (экстраполируемые!) предвиденья

Жюль Верна, пока они не касаются конкретных описаний, что связано уже с формообразованием, эстетикой предметного окружения, его стилем.

Из-за нерезультативности дизайна (понимаемого как предметное творчество) в режиме долгосрочного прогноза, возможно, было бы интересным формирование в дизайне отдельного жанра «дизайн-предупреждения (по аналогии с фильмом-предупреждением, романом-антиутопией и т. п.). Нельзя не заметить, что известные в истории культуры откровения такого рода далеки от идиллий. Произведения в жанре «дизайн-предупреждения» могли бы выявлять и впечатляюще демонстрировать опасности каких-либо определенных путей технологического или социального развития, еще не улавливаемые обыденным сознанием. В такой форме, не претендуя на невозможное, дизайн-прогноз мог бы оставаться условностью, него продукт стал бы выступать в качестве концептуального произведения, отрицающего (внутри гуманистической концепции) самое себя. Такое произведение могло бы предупреждать, пугать, открывагь глаза — все что угодно, только не утверждать, что будет именно так. В этом видится возможная роль долгосрочного прогноза в дизайне, имеющего своим объектом, в отличие от концептуального искусства, приземленный, житейский план.



Дизайн-проект. В отличие от сказанного, проект — это построение положительного образа будущего, к достижению которого следует стремиться, иными словами - его утопического идеала. Принимая такую позицию в дизайне, мы переводим рассуждения в действенный план, в план сегодняшних усилий по реализации идеала, предложенного эталоном.

Жизнь показала, что выявление в утопиях проектного смысла, прикладное применение их в качестве «руководства к действию» приводило к столь пагубным последствиям, какие не могли предвидеть даже и в антиутопиях. Теоретически это было глубоко осмыслено еще в начале 20-х годов прошлого века С. Л. Франком, Н. А. Бердяевым и другими российскими философами. В своей статье «Ересь утопизма» [55] С. Л. Франк вскрыл механизм, по которому первоначальный

гуманистический пафос всякой утопии при попытке ее воплощения в жизнь неминуемо выворачивается наизнанку и влечет за собой неприменные репрессии. Раисе этот механизм неоднократно вскрывался в художественной литературе, например у Ф. М. Достоевского.

Почему же благие помыслы способствуют мощению дороги в ад? Проект — это эталон, нормативный образец, для достижения которого выстраивается система мер, разрабатывается профессиональный инструментарий и т. п. Все это создает впечатление солидной работы, обоснованности и правомерности волевого вмешательства в развивающуюся реальность. Такая этическая позиция базируется на «механико-рационалистической теории счастья» (С. Л. Франк). Эталон, или нормативный проект, узурпирует право всех живущих на соучастие в творчестве бытия. Самопроизвольно развивающуюся реальность пытаются соразмерить с созданной моделью, которая тут же превращается в «прокрустово ложе»: все не вмещающееся в нее отсекается как мешающее достижению цели. Вообще в этом случае само понятие цели начинает играть преувеличенную роль. Таковым в определенной мере и было понимание «упорядочивающих тенденций» тотального дизайна начала XX века.

Будущее ежесекундно и неустанно ткется из помыслов, устремлений и действий любого живущего на Земле человека; без участия «стихийного» дизайна (см. главу 1) не развилась бы и профессия дизайнера. Дизайнер в этой ситуации не дотягивает до провидца, /то самой профессией своей уже выделен из человечества, осуществляющего спонтанный процесс становления будущего. Дизайнер, озабоченный не только проблемами отдаленного и непредсказуемого будущего, но и тем, как он будет понят сегодня, вынужден искать себе место где-то между визионером и обывателем, а свою созидательную деятельность располагать между антиутопией откровения и утопией нормативного, эталонного созидания грядущего. Дизайн, устремленный в будущее, создает свой продукт в напряженном поле между поступательным движением цивилизации и **спонтанными** токами культуры, на перепутье объективности и субъективности, логической формулы и эссе. **Дизайн — явление пограничное**, и мы не раз еще вернемся к иллюстрации этого утверждения. В контексте данного рассуждения дизайн располагается **на границе между прогнозом и проектом**.



Перед дизайнером, стремящимся понять свое место в той двойственной ситуации, неминуемо исстает вопрос о свободе воли. От того, как в каждом случае решается этот вопрос, зависит методы работы дизайнера. Как же быть? Которая из позиций представляется этически более приемлемой: не претендующей на прозорение (которое все равно потерпит фиаско в главном для дизайнера — в предвидении самого образа будущего), но и не проецирующей в будущее сегодняшние свои заблуждения, не узурпирующей ничье право на созидание бытия?

Похоже, такая платформа по всем параметрам должна быть иной, чем упомянутая «механико-рационалистическая теория счастья». Конечно, не следует брать па себя нескромной роли дарителя счастья человечеству (и даже отдельной его группе), заведомо знающего, в чем это счастье состоит. Но при этом ясно, что дизайнер может способствовать решению очень важной задачи человеческого сообщества — выжить в изменяющихся условиях, причем выжить с минимальными потерями. А поскольку сообщество' это состоит из *HOMO SAPIENS*, то прежде всего нежелательны потери в ментальной и духовной сферах. Искажения в этих областях приводят, но формулировке замечательного философа М. К. Мамардашвили [35], к «антропологической катастрофе, являющейся источником и причиной всех прочих антропогенных и, следовательно, техногенных катастроф — термоядерной, экологической и пр.

Чем же нужно обладать дизайнеру, чтобы соответствовать роли культурного медиатора? Для этого ему полезно развивать в себе стиль мышления, отличный от пригодного для

«механико- рационалистического» подхода. Тот подход оперирует всевозможными целевыми программами, системами мер для реализации утопических построений и т. п. Дизайнер же должен обладать еще и умением свободно «плыть» в целостном и вневременном потоке культуры. Здесь утраченное и еще не явившееся в равной мере реальны, здесь можно ощутить черты надвигающегося будущего, еще не родившегося, в океане времени, но уже вызревающего где-то в его глубинах. Как существует «музыкальный слух» или «чувство цвета» — так есть и «культурный слух, то есть развиваемая знаниями интуиция, улавливающая движение подлинной реальности. На этих путях нет победного марша «вперед и выше», здесь можно продвигаться к пониманию нашего завтра, даже пятясь назад, к глубинным истокам культуры. Здесь прошлое интересно не только ради его экстраполяции в будущее, а еще и тем, что в пространстве культуры прошлое, настоящее и будущее не имеют различного ценностного статуса. Поэтому и следует уделить уважительное внимание различным граням культуры, соприкасающимся с дизайн-деятельностью.

В приверженности «механико-рационалистическому» сознанию машинной цивилизации культура европейского тина прошла свой иску и к концу XX века, преодолевая его, стала возвращаться на круги своя. Если прежде положительная модель будущего мыслилась как предметная реализация технических возможностей человека — то теперь она выглядит уже иначе. В наш век, век лавинообразного развития технологий, но одновременно и нагнетания экологического и — шире — антропологического катастрофизма (стоит только вспомнить о небывалом взлете международного терроризма) такая положительная модель связывается с обузданием разрушительных тенденций цивилизации в контексте гуманитарной культуры.

Изменения, произошедшие в подходе к формированию гармоничного человеческого окружения, заметны не только с позиции дизайнера — они видны и в характере ожиданий его адресата. Восприятие и оценка дизайн-продукта в начале XXI века — иные, чем столетие назад. Интересно задаться вопросом: каково же их содержание сегодня?

Образ художественный и проектный

Переосмысление животворного источника, питающего положительный вариант будущего, переоценка былых упований па поступательное развитие цивилизации в какой-то мере переориентировали сознание современных исследователей, а затем и дизайнеров, а также большинства людей. В дальнейшем мы поговорим об этом подробнее, а сейчас обратим внимание лишь на одну сторону этого процесса. А именно — на возрастание внимания к развитию так называемого образного мышления в качестве необходимого для дизайнера профессионального качества.

Что же это такое — «образное мышление? Когда мы погружены в созерцание какого-либо природного явления — будь то сумерки над озером, лес, пронизанный лучами солнца, или кружение снежинок под фонарем — и нас оно захватывает, сообщает нам особое эмоциональное состояние, тогда в нас рождается образ наблюдаемого. Этот образ каждый раз неповторим и у каждого свой, он оказывается больше, сильнее реально существующего, шире его по охвату представлений и ассоциаций. Наша склонность к образному восприятию и образному мышлению позволяет нам глубоко пережить его, отметить для себя его эмоциональную окраску и запечатлеть в памяти. Но если кто-то имеет склонность такие свои переживания фиксировать, то станет отыскивать слона, краски или звуки, чтобы выразить особенности этого образа, воплотить его в любом материале.

Нам хорошо знакомо понятие «художественный образ — его мы находим в литературе, живописи, театре...Создание художественного образа—специфический для искусства способ осмысления и переработки действительности, эстетического овладения ею. Конкретное дерево, знакомый человек — сами по себе не образы, а реальные объекты. Более

того, картина на стене или книга на полке — тоже не художественный образ, а лишь материальный объект, заключивший в себе энергию этого образа, возможность его высвобождения. Реализуется образ, когда мы на эту картину смотрим, проникаясь состоянием изображенного на ней, когда погружаемся в чтение этой книги, забыв о том, что у нас выкипает кофе. Вот тогда-то, на пересечении заключенной в них художественной информации и нашего восприятия, И происходит рождение образа, в данном случае — художественного. Итак, значит, образ рождается на пересечении двух лучей: исходящего от потенциально содержащего его объекта и луча сознания, способного этот импульс воспринять и обогатить собственным содержанием. Человек уже завтра может прийти к тому же художественному объекту в ином расположении духа. И что же, разве образ, возникший при их первой встрече, не изменится? Полагаю, что он претерпит изменения: что-то в нем покажется менее существенным или же в нем проявятся какие-то новые грани. Образ — это объект психической реальности, фантом. А. А. Мещанинов, автор, совместивший в своем опыте разностороннюю дизайнерскую практику с пристальным анализом дизайн-процесса, пишет в своей монографии: «Образ — особый феномен и продукт нашей психики, Божий дар одномоментного постижения явления через целостное представление». И дальше: «Образ имеет эмоциональную окраску и является выражением и результатом нашего отношения к явлению» [39, с. 61].

И все же, при всей нестабильности, изменчивости образа как явления психики, можно определить константные (постоянные) характеристики художественного образа, заложенного в конкретном произведении искусства — возникает ли он в сознании одного и того же человека, но в разное время или даже у совсем разных людей. Различия, конечно, останутся, и они будут выявляться в интерпретациях этого образа, фиксироваться в критической, искусствоведческой, исследовательской литературе — но всякий, кто знаком с данным произведением, будет понимать под этим образом в каких-то пределах нечто общее. Только для этого необходимо еще одно условие: «Образ продуцируется в определенной культурной среде, и адекватная интерпретация образа требует погружения воспринимающего субъекта в соответствующий культурный контекст, понимания заложенных в образе культурных кодов» [там же].

Продолжим цитировать «родовые качества» образа, сформулированные названным автором. Образ — это наиболее емкое, падежное средство передачи информации об объекте, а также долговременного хранения ее в кладовой нашей эмоциональной памяти, поскольку образу свойственны целостность и внутренняя нерасчлененность. Посредством образного восприятия мы способны получить всю информацию об объекте сразу, мгновенно, так как

принципиальной особенностью образа является одномоментность его воспроизведения в сознании, минуя логические рассуждения по его поводу. Образное восприятие — это особый *«способ обретения и хранения существенных черт объекта без необходимости задействования рассудочно-логической, интеллектуальной компоненты оценки и суммирования полученных данных»* [там же]. Более того, логически мы как раз никогда и не смогли бы достичь такого эффекта проникновения в суть объекта, именно в этом и состоит для дизайнера ценность образного мышления. С его помощью дизайнер может исполнять свою роль, корректируя проект — прогнозом, расчет — интуицией, а дизайн способен сохранять свою позицию пограничного явления.



Подытожим главное из сказанного:

- художественный образ глубоко укоренен в культуре, поэтому его формирование и восприятие возможны лишь внутри определенной эстетической системы;
- художественный образ рождается в акте коммуникации на пересечении воплощенного художником замысла и восприятия этого замысла зрителем (читателем, слушателем), оценка образа зависит от подготовки и ориентации воспринимающего сознания;
- художественный образ целостен, он одномоментно воспроизводится в воспринимающем сознании;
- художественный образ всегда эмоционально окрашен.

Очевидно, что образ в дизайне не полностью идентичен образу в искусстве, хотя родовые свойства художественного образа сохраняются и здесь. Но если достоинства художественного образа поверяются лишь талантом и убежденностью его автора и относительно независимы от признания его широкой аудиторией, то проектный — просто обязан соотноситься с культурой потребления, и не реализуется вне ее пространства.

Вполне утилитарная вещь этически чужой или отдаленной во времени потребительской культуры сегодня может стать лишь сувениром или музейным раритетом. Различие между художественным и проектным образом в том, что потребитель воплощенного проектного образа входит с ним в практическое взаимодействие, он им попросту пользуется (а не только воплотившей его Вещью) в своей обыденной жизни.

Однако то, что проектный образ более приземлен, что он обслуживает реальность повседневного существования, не так уж значительно меняет его суть. И повседневная жизнь не только не менее нуждается в гармонии, красоте и порядке, в реализации своих ценностей в предметной форме. Но мерило качества проектного образа — иной природы, нежели художественного, и это существенно, прежде всего, для его оценки. Мерило его — потребитель и готовность его пользоваться воплотившей этот образ вещью или системой вещей.

Основные характеристики проектного образа, сохраняющего также и «родовые свойства» художественного:

- идеальность (способность к существованию в идее);
- целостность;
- осмысленность.

На основании этого сложились и три аспекта методики так называемого образного подхода» в дизайн-проектировании [37]:

■ художественное моделирование — воспроизведение идеальной жизни вещей в художественном воображении;

■ композиционное формообразование — построение вещи как композиционной формы, обладающей-внутренней завершенностью, гармоничностью, соразмерностью, целостностью и т. п.;

■ **смыслообразование** — постижение смысла вещи, раскрывающего содержание ее социокультурного бытия (этот аспект наиболее сложен, и на нем мы подробнее остановимся в главе 3).

Поскольку проектный образ принципиально конформен, он наглядно моделирует (в нем заложено):

■ реальное состояние культуры, социальных процессов, социально-психологических особенностей, экономических и прочих факторов, которое на данный момент характеризует действительность (**объективный фактор**);

■ отношение к сформированному проектному образу со стороны потенциальных адресатов (**субъективный фактор**).

Вот о последнем, субъективном, факторе, моделируемом проектным образом, и следует поговорить подробнее.

Инструментальные и знаковые функции вещи

Удачный проектный образ моделирует (в нем заложено и выявлено) отношение к нему потребителей, поскольку для них он и создан. Но когда образ этот еще только планировалось создать, проектировщику приходилось представлять в воображении возможное отношение к нему со стороны потенциальных адресатов. Как же он мог делать это заранее?

Решение проблемы адресности дизайн-проекта — основа профессии, но что помогает дизайнеру придать своему продукту свойства, соответствующие потребительским ожиданиям?

Для этого требуется, чтобы человек с его сегодняшними вкусами и желаниями и вещь с ее реальными качествами и возможностями встретились на широком поле потребительской культуры.

В помощь формированию в дизайнерском воображении различных социально-культурных типов адресатов его продукта разработаны специальные методики, с которыми мы познакомимся в главе 3. Сейчас же для нас важно понять, чем способствует этой счастливой встрече сама вещь, о непростой природе которой мы уже говорили.

Вещь несет по отношению к человеку целый спектр разнообразных **функций**. Конкретный набор их определяет ответ вещи на ожидания пользующегося ею человека — ожидания как сознательные, так, возможно, и не вполне им осознаваемые. Взглянем на проблему адресности дизайн-продукта как на профессиональный ответ дизайнера требованиям адаптивно-адаптационного процесса — основы антропоэкологии. Антропоэкология — раздел экологии, относящийся к сохранению уже самого человека в природной, социальной и культурной среде его существования. Представляется, что такой подход наиболее нагляден (и на сегодняшний день, к сожалению, актуален).

Все живые существа обладают какими-либо приспособительными способностями. Не представляет в этом исключения и человек — только у него, единственного на Земле, в роли такой адаптирующей способности выступает разум, который в процессе развития цивилизации и породил все множество окружающих его вещей. Они дополняют далеко не выдающиеся органические приспособительные возможности человека. Так что вещь работает при человеке его «усилителем», сообщая своему владельцу, власть над физическим окружением: она защищает его от неблагоприятных внешних воздействий, дает возможность производить любые действия, недоступные ему без помощи специальных технических устройств. Выполнение вещами таких функций связано, прежде всего, с их прямым назначением, ради которого эти вещи-инструменты создавались. Функции вещей, служащие приспособлению человека к физическому окружению и позволяющие производить любую нужную ему работу, называются инструментальными. Инструментальная функция подъемного крана — передвигать неподъемные для человека тяжести, Транспорта — сообщать человеку скорость передвижения, на которую сам он не способен. Инструментальная функция микроскопа или телескопа — усиливать возможности человеческого зрения, а сверлильного станка — делать отверстия в твердом Материале и т. д.

Совершенное исполнение вещами своих инструментальных функций, для того, собственно, и предназначенными, казалось бы, может говорить только об их полезности для человека, однако абсолютизировать пользу такого рода опасно. Вся история развития цивилизации демонстрирует устойчивую тенденцию противопоставления человеком себя своему физическому (включая и человеческое же!) окружению. В этой обстановке выход ищется на двух путях: в защите себя и в изменении окружения. Эти взаимосвязанные процессы находят свое выражение:

- в сооружении различного рода изолирующих человека оболочек (одежды, жилища, здания, крепостных стен и т. п.), но также и в формировании нормативного поведения, выработке правил и ритуалов, также требующих своей предметности;

- во вторжении человека с его все возрастающими возможностями в естественную среду обитания, в нарушении ее природной целостности, но также и подчинении себе менее приспособленных индивидов в человеческом сообществе.

В результате, как изоляция человека, так и его экспансия образовали антропо-техногенную среду, состояние которой еще болезненнее усугубляет проблему экологии человека. Чем дальше продвижение по пути прогресса технологий — тем очевидней нарастающая дисконтантность цивилизации, тем все отчужденнее от человека становятся ее плоды и тем меньше он способен влиять на события. При этом в его рационализированном сознании происходит абсолютизация частичного знания и утверждается **ИЛЛЮЗИЯ** непрекращающегося прогресса. Издержки развития цивилизации выливались в озабоченность многих мыслителей (в том числе этой теме в свое время посвящались заседания международного Римского клуба). Но в сознании людей происходит и обратный этому процесс: например, в простодушной, казалось бы, наивной даже книге архитектора Г. Б. Борисовского [10], вышедшей еще в эпоху упоения завоеваниями технического прогресса, продемонстрирована приверженность иным, гуманитарным, ценностям: «Впереди шла Голая Польза. Она была отвратительна в своей

наготы. Вся она обвешена полезными предметами, — пишет автор и называет сугубый функционализм — цинизмом.

И верно: человек — это не только-существо, стремящееся к безопасности и совершенствованию условий своего физического комфорта. Такая адаптация — безусловная необходимость, и только. Но человек — это также и социальный индивидуум, культурная личность, и вещи играют при нем роль также социальных и культурных адаптеров. Собственно именно это, в первую очередь, и существенно для дизайнера, поскольку спроектировать утилитарную вещь так, чтобы она выполняла свое прямое назначение, — нечто само собой разумеющееся, и это задача скорее инженерная или конструкторская. Разговор об адресности дизайн-продукта начинается с выявления в проектируемом объекте его знаковых функций — сторон проектного образа, выступающих знаком определенных социальных и культурных ценностей и предпочтений.

Многие исследователи, занимающиеся особенностям психологии и образа жизни древнейшего человека, приходят к выводу, что изначально мышление было глубоко символичным и, соответственно, вещь в человеческом обиходе не столько играла роль утилитарную, сколько несла на себе проекцию символических значений. Так, одежда первоначально служила не для прикрытия наготы и даже не для защиты от холода, а была ритуальным атрибутом при совершении сакральных обрядов; пещеры, в которых помещались святилища, оказались древнее тех, где первобытный человек укрывался от непогоды и жил своей повседневной жизнью. Даже ворота, и те оказались древнее степ, хотя, по здравому смыслу, они есть закрывающийся в стене проем. Первоначально ворота, а точнее, П-образная конструкция, тоже служили ритуальным целям: это были арки, определяющие переход из профанного (обыденного) пространства — в сакральное (освященное божественным присутствием). До сих пор на улицах наших городов стоят потомки тех сооружений — Триумфальные арки, проезжая под которыми, уже в исторические времена отличившийся воин обретал новый для себя статус героя.

Система знаковых функций вещи сложнее системы инструментальных, соответствующих, прежде всего, ее прямому назначению, но понимание многообразия типов знаковых функций важнее для адресного проектирования. Поэтому в дизайне разрабатывались различные типологии этих функций. Прежде всего, знаковые функции вещи различаются как культурно-ценностные и культурно-языковые. Первые выявляют в вещи ее соответствие глубинным ценностям данной культуры, вторые — особые стороны выразительных возможностей стилового языка, этой культуре присущего. Разработанные знаково-символические языки описания ценностей данной культуры — это уже технологии выражения ее культурных смыслов, и принадлежат они сложившейся на данный момент цивилизации.

Вот как трактует типологию всех функций вещи «Методика художественного конструирования» [37]. Авторы ее различают всего четыре типа функций, среди которых инструментальная, адаптивная, результативная и интегративная:

■ **Инструментальная функция**, о которой мы уже говорили, направлена на преобразование внешней среды. Здесь эта функция понимается расширенно и в определенной степени перетекает в функции, которые можно было бы обозначить как знаковые. Утверждается, что «...отождествлять инструментальную функцию с назначением вещи было бы неправильно, потому что назначение связано также с другими функциями и значениями вещи; кроме того, инструментальная функция по своему содержанию значительно шире, чем это отражено в назначении вещи... Для дизайнера важно человеческое содержание инструментального процесса и функции, вещи в нем, человеческий способ инструментального действия, а не только конечная цель» [с. 41]. Представляется, что «человеческое содержание» инструментального процесса выводит его за рамки простого приспособления к физической среде.

■ **Адаптивная функция** направлена на поддержание среды в состоянии, обеспечивающем нормальную жизнедеятельность человека. Однако и здесь приводится замечание; «Следует

предостеречь от сведения задачи проектирования адаптивной функции к учету эргономических факторов. Эргономика не занимается с культурными формами среды, пространства, движения, поз и т. п.» [с. 45]. Если не «размывать» границы между инструментальными и знаковыми функциями, то с одной стороны, эту функцию тоже можно свести к инструментальной, способствующей физическому приспособлению человека к внешней среде, только использующей для этого средства более гибкие и щадящие естественное окружение. С другой стороны, поддержание в удовлетворительном состоянии социально-культурной среды относится уже к знаковым функциям вещи.

■ Результативная функция направлена на достижение целей, некоего результата, когда вещь — знак этих целей, хотя сама в себе их не содержит. Поскольку вещь — знак цели (то есть в образе вещи цель каким-то образом закодирована, запечатлена), то эта функция вещи уже очевидно знаковая. «Для того чтобы учесть и связать в единую систему множество целей, сходящихся на вещи как на объекте проектирования, полезно строить целевые модели или программы. Это может быть дерево целей, матрица целей, перечень требований к изделию в определенной последовательности и взаимосвязи, структурно-функциональная модель системы целей, сценарная модель ансамбля целей и др.» [с. 46]. Увлечение построениями такого рода моделей — знак эпохи системотехнических приемов в дизайн-исследованиях, которая к настоящему времени практически миновала.

■ Интегративная функция направлена на общественную интеграцию людей вокруг определенных культурных ценностей. «Рассмотреть вещь с точки зрения ее интегративной функции — это значит взять ее как фрагмент и образ целого. Вещь фокусирует смыслы, традиции, ценности, материалы и формы того мира, по которому живут люди» [с. 47]. Вещь как «фрагмент и образ целого», безусловно, воспринимается, прежде всего, в качестве знака: «...Ведь именно так мы

подходим к вещам в музее: они являются для нас фрагментами прошлых культур, заключают в себе образ жизни той или иной эпохи» [там же]. Нет никаких сомнений в том, что функция вещи, понимаемой как воплощение «определенных культурных ценностей», — знакомая.

Можно предложить и другую типологию знаковых функций вещи, основанную на различной самооценке ее потенциальных потребителей, что приблизит нас к теме их «социальных ролей». То, как человек интерпретирует свою роль в обществе, в значительной степени определяет и ценности, которые видит он в принадлежащей ему вещи. Назовем такое различное видение вещи «ценностными фильтрами». Чтобы типология знаковых функций оказалась полной, но не избыточной, следует опереться на уже обоснованную в социологии модель. В качестве такого фундамента примем следующее рассуждение.

Помимо общепринятых демографических характеристик адресата (его пола и возраста), уровня его покупательской способности (сколько денег он готов потратить), необходимо учитывать также тип его темперамента, характер миропонимания, направленность ценностных ориентации, так как все это определяет своеобразие психической адаптации к среде и выдвигает дополнительные требования к личной вещи как посреднику.

В формировании функционального типажа вещи следует учитывать не только объективную реальность, окружающую потребителя, но и то, каким образом эта реальность претворяется в его сознании, поскольку знаковые, символические функции целиком являются ответом на субъективную интерпретацию этой действительности. Интерпретаций, в том числе художественных, может быть великое множество, и чем они более своеобразны, тем менее предсказуемы. Для решения же задач дизайна, связанных с серийным производством, целесообразно пользоваться образцами таких преломлений действительности, сведенными к стереотипам.

Для построения наиболее обобщенной, базовой типологии источников формирования «ценностных фильтров» (и тем самым, знаковых функций вещи) можно воспользоваться предложенной Б. Ф. Моргуном [41] типологией форм деятельности, сводимой к четырем

позициям (табл. 2.1). Каждая форма деятельности связана с определенным человеческим типом и вовсе не обязательно соответствует реальному занятию в жизни. Скорее здесь следует говорить о внутренних предпочтениях, которые не всегда могут реализоваться на практике, но определяют человеческий тип в мире символического социального взаимодействия.

У нас выявились четыре различные роли вещи (Вещи как таковой), которые она может играть для своего владельца, идентифицирующего себя в обществе соответствующим образом. Тем самым мы получили четыре типа знаковых функций этой вещи. Причем и первая ее роль, названная «инструментом», в этом случае действительно не совпадает с ее прямым назначением, а говорит лишь о том, что в восприятии адресата выражение в ее образе смысла инструментальной полезности является наиболее ценным. Итак, Вещь, обладая различными знаковыми функциями, адаптирует человека к его социально-культурной среде. В разных срезах его бытия и в соответствии с разными представлениями человека о том, что для него ценно, это происходит путем акцентирования в Вещи ее разных выразительных сторон:

- в сфере практической, преобразовательной деятельности — это вещь - «инструмент»;
- в сфере эмоционально окрашенных человеческих коммуникаций — это вещь-«тавро»;
- в сфере субординационно-карьерных отношений — это вещь - «визитная карточка»;
- в сфере интеллектуально-духовного бытия — это вещь-талисман».

Своим присутствием Вещь достраивает образ владельца до завершенности и служит проводником значений его внутреннего «Я» — такой, демонстративный, образ человека и принято называть имиджем.

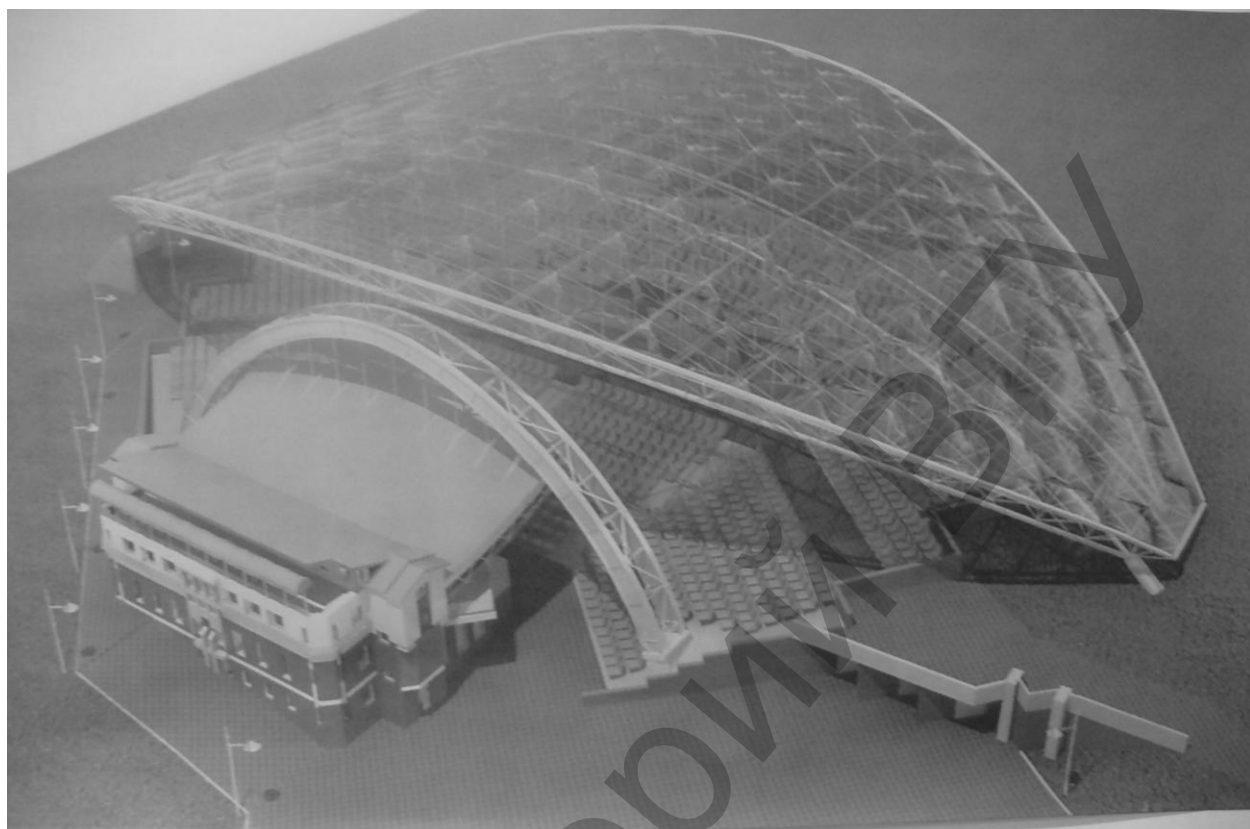
Почему так прижилось в русском языке это англизированное французское слово, хотя оно является прямой «калькой» родного слова «образ»? Да потому что со словом «образ» у нас связано весьма обширное поле значений, среди них есть такие понятия, как «художественный образ», «образ мыслей», «прекрасный, незабываемый образ» и пр. Слово же «имидж», попав в русский язык, из всего этого богатого спектра смыслов выделило лишь один узкий сектор, а именно — принципиально конформный, можно даже сказать корыстный, проектный образ. Такой образ вписывает вещь (или же человека с «его» вещами) в потребительскую культуру.

Культура потребления так же не исчерпывает всей культуры, как и понятие «имидж» — всей полноты понятия «образ».

Так что это иноязычное слово прижилось у нас как более конкретное для обозначения может и не нового, но по-новому осмысленного явления общественной жизни. Появление его связано с избыточным производством вещей, с необходимостью более тонкого различения их в многообразных ситуациях использования, с развитием цивилизации, то есть усложнением «технологии жизни».

Дизайн, обеспечивая создание в еще и адаптеров разного типа, продвижение их на потребительском рынке, вновь проявляет себя как явление пограничное, в данном случае между миром вещей и миром людей. Дизайн, используя свои средства в создании прицельно-адресной вещи, выступает в качестве посредника, сопрягающего субъективное самоощущение человека, потребителя этой вещи, с объективными нормами социума.

Итак, дизайн выступает посредником в двуедином процессе творения человеком физической вещи и творения вещью социального человека.



Формирование имиджей вещей, а через них — имиджей потребителей, связано также с тотальным распространением рекламы, создающей особый жизненный фон. К присутствию в нашей жизни рекламы можно относиться по-разному: можно с увлечением работать в этом виде проектирования, можно ругать неудачную рекламу, можно даже ее ненавидеть, по единственному, что невозможно — так это ее не замечать. А также игнорировать то обстоятельство, что она обладает влиянием не только в прямом своем назначении, то есть в побуждении к приобретению рекламируемого товара — ее воздействие значительно шире и сложнее. Реклама, безусловно, — одна из отличительных черт современной цивилизации и, среди прочего, имеет регулятивную функцию, как это заметил известный французский философ Жан Бодрийяр: «Чары рекламы и потребительства имеют своей функцией способствовать произвольному усвоению смыслов социальной среды, способствовать индивидуальной регрессии к социальному консенсусу (9, с. 144]. С одной стороны, «индивидуальная регрессия», то есть утрата личностного своеобразия, усреднение, издержки массовой культуры. Но с другой усвоение Смысла, «социальный консенсуса, что, безусловно, позитивно. Можно сказать, что потребительские массы цивилизованного мира (а кто из нелюмпенизированных граждан к ним не относится?) в рекламе видят отражение своих желаний, ожиданий, предпочтений, то есть узнают в ней собственное лицо.

Итак, качественной работе дизайнера, среди прочего, способствует понимание сложной функциональной природы вещи, а это непосредственно связано с разнообразием имиджей ее потенциальных или реальных владельцев, играющих в жизни свои социальные роли.

Понятие социальной роли в дизайне

Безусловно, рассуждения о «социальных ролях» — это из области общественных наук, области специальных исследований, интерпретаций и обобщений. И все же художественное моделирование потенциального потребителя в дизайне — не то же самое, что использование готовых результатов специальных социологических исследований. Какое значение имеет для дизайнера понимание того, что адресат его проекта — вовсе не реальный человек, а исполняемая этим человеком социальная роль? Без ассимиляции этой идеи профессиональным сознанием невозможно перейти к проблеме выстраивания типологии потребителей — а это всегда составляло неотъемлемую и весьма важную часть любого серьезного предпроектного исследования. При всем признании ценности объективных данных науки, только применение метода художественного моделирования потребителя позволяет дизайнеру получить целостный, выразительный, эмоционально и чувственно постигаемый, будящий объемно-пространственное воображение образ потребителя.

Хотим мы этого или нет, замечаем это за собой или считаем, что в своем поведении, в своих пристрастиях совершенно естественны — все мы повседневно исполняем множество ролей, которые называются социальными, поскольку разыгрываются не на подмостках театра, а в этой нашей жизни среди людей. Даже оставшись наедине с собой, мы бессознательно примериваем на себя разные роли. Это может быть роль тоскующего в одиночестве или наслаждающегося возможностью побыть одному, скучающего от безделья или полного решимости переделать все накопившиеся дела. В своей повседневной жизни мы из роли друга переходим в роль спешащего по делам горожанина, а затем — в роль делового партнера или исправного служащего, а может быть, «свободного художника». Мы с полной искренностью играем роль сына или родителя, а вслед за этим — роль участника веселого застолья... и так далее. Если бы мы, переходя от ситуации к ситуации, не меняли эти роли, то оказались бы социально «фразадаптированными» и везде бы вели себя неуместно, неловко.

То, как именно мы играем эти свои роли, конечно же регламентируется стереотипами этнической и национальной культуры, нормами сложившейся цивилизации, обычаями эпохи. Если мы вдруг примемся, вести себя как-то несоответственно, это будет расценено

окружающими как вопиющая невоспитанность или как вызывающий эпатаж. Когда же мы не желаем выглядеть в глазах окружающих ни невежей, ни «крушителем основ», то вписываем рисунок своего социального поведения в закреплённые в негласной конвенции (соглашении) нормы общества.

Но кроме этого у каждого из нас есть и более постоянные роли, которые, возможно, с годами и меняются, но уже не так быстро. Каждый из нас ощущает себя, например, четким, деловым и трезвомыслящим или живущим преимущественно эмоциям и позволяющим жизненным впечатлениям брать над собой верх; ощущает себя испытывающим эйфорию от достижения результатов в спорте, карьере или творчестве или равнодушным к внешнему успеху, углубленным в процесс созидания т. д. Мы можем чувствовать себя приверженцами спокойного, умеренного и даже аскетического образа жизни — или же полного азарта, остроты непредвиденных событий. Все это зависит от наших ценностных ориентации, от того, какая из ролей представляется нам соответствующей нашей природе и какая из них присуща тому идеалу (кумиру, уважаемому или любимому человеку, собира-тельному человеческому типу и т. п.), который мы для себя сознательно или бессознательно набрали. Мы проецируем на этот образ свои жизненные предпочтения, а затем с него же и берем пример, ориентируемся на него в своих реакциях и поступках.

Механизмом нашего «позиционирования» в обществе профессионально занимаются такие науки, как социология и социальная психология, но для дизайнерского проектирования существенно понять главное: человек не тождественен своей социальной роли, ни сиюминутной, ни принятой на себя на какой-то продолжительный срок. Впрочем, нельзя не заметить, что принятая на себя социальная роль, тип ролевого поведения, конечно же, коррелируют с характером самой личности. Набор основных социальных ролей, то, и какой форме они реализуются, — все это не может не зависеть от человеческого содержания «актера», но вот «режиссером» всего спектакля все равно является социально-культурная реальность, в которую этот человек погружен.

Человек может искренне идентифицировать себя с каким-то образом или сознательно формировать свой имидж, «для внешнего употребления, но в любом случае это будет роль, а не сам он во всей его человеческой полноте. Попытки отразить образ целостного человека можно отыскать в художественной литературе, в философии, но социальная роль, социальный имидж — это всегда стилизация и упрощение, приведение к чему-то уже известному (даже если кому-то его роль и представляется невероятно оригинальной). Поэтому, когда дизайнер создает проект адресно-направленной вещи (или решает иную задачу в рамках своей профессии), он берет в расчет не то, каков человек в реальности — возможно, для него и непостижимой. Дизайнер учитывает, в какой роли предстает этот человек перед собой и перед окружающими, К какому потребительскому типу он относится. Ведь имидж всегда ситуативен и контекстуален, то есть он зависит от конкретной ситуации и определенного жизненного контекста.

Конкретно сформулированная задача проектирования уточняет и содержание ролей, характер которых важно учесть в данном проекте. Конкретная личность в своем исполнении обусловленных обстоятельствами ролей способна как усложняться, так и регрессировать, что существенно для целей дизайнера. Вот пример, демонстрирующий взаимосвязанность, но не тождественность человека и его ролевого поведения. В контексте дизайнерской разработки концепции телевизионного канала (руководитель темы — О. А. Горбачь) в результате были смоделированы три группы потребителей телевизионной информации.

Вся телевизионная аудитория в соответствии с духом времени (шел 1992 год) была условно поделена на людей с активной жизненной позицией и позицией пассивной, что, по мнению авторов разработки, влияет на предпочтения в выборе ТВ-программ:

■ Первый тип деятелен, созидателен, представителей его немного, но именно они определяют направление развития общества, а значит, современно звучащий канал должен ориентироваться на их вкусы.

■ Второй тип представляют, прежде всего, потребители пусть даже не только материального, но и интеллектуально-духовного продукта. Они — не творцы, а вполне достойные обыватели, каких большинство, но кто цементирует фундамент стабильного общества. Это подчеркивало особую актуальность «работы» с таким зрителем в ситуации социально-культурного дискомфорта.

Затем, уточняя подход, реальное положение дел в обществе было переведено на язык художественного моделирования социальных ролей, и роли эти поименованы, что помогло эмоционально ощутить их потребительские имиджи:

■ упование людей с пассивной жизненной позицией направлено на идею везения, этот тип так и назван был Счастливчик;

■ в свою очередь активная позиция реализуется двумя путями:

■ через овладение реальной жизненной ситуацией — такой тип назван был Победитель;

■ через проникновение в мыслительные и творческие глубины — такой тип получил имя Мастер.

Затем были подробно проанализированы ценностные предпочтения каждого из этих трех типов в различных сферах человеческого бытия (см. об этом далее). Здесь же нам важно отметить, что названные социально-культурные роли в зависимости от ситуации могут с легкостью меняться местами. То есть один и тот же человек по отношению к просмотру ТВ-передачи может переходить из одной роли, или позиции, — в другую.

Например, тип «Победитель» в фазе активных действий стремится поддержать свое «Я» убедительными примерами достижения высокого результата. Но в период релаксации он же стремится уйти от своего «Я» и предпочитает ТВ-передачи, адресованные «Счастливчику», — то есть сам этим «Счастливчиком» и становится. Так же и с ролью «Мастера»: эта позиция может быть близка телезрителю, в данный период углубленно работающему, например, над сценарием или постановкой спектакля. Если в этом состоянии он вообще склонен смотреть телевизор, то им могут быть востребованы достаточно интеллектуальные и даже элитарные по своему содержанию передачи, поддерживающие его творческий настрой. Но вот премьера состоялась, начался период фестивалей и положительных откликов прессы — и наш «Мастер» превращается в «Победителя, с удовольствием ловящего внешние реакции на свое произведение, информацию о других "Победителях, столь же, как и он, успешных».

К сказанному стоит добавить еще что; когда работа дизайнеров над типологией телезрителей была закончена, к творческой группе был подключен социальный психолог. Профессиональный консультант нашел, что дизайнеры автономно, исходя лишь из собственного профессионального опыта и интуиции, как говорится, «попали в яблочко». Это подтвердилось в процессе так называемых панельных опросов: в конкретной социально-психологической ситуации того времени аудитория четко распалась именно на такие группы, и предпочтения, ожидания, вкусы каждой из них полностью совпали с теми, что были смоделированы дизайнерами.

Казалось бы, раз все так совпало, к чему было «городить огород», а не сразу же обратиться к специалистам, проводящим конкретные исследования?! Да потому что опросные анкеты с так называемыми косвенными вопросами составлены были на основании созданных воображением дизайнеров моделей потребителей, модели эти были первичны. Без них анкеты не имели бы той эвристической силы.

■ Работа над типологией адресатов дизайн-продукции традиционно всегда был

необходимым этапом всякой серьезной дизайнерской разработки. Опыт показывает, что, конечно же, следует советоваться с различными специалистами, изучать их опыт, согласовывать с ним свои изыскания — но выводы делать надо дамам! Социологи, социальные психологи проводят конкретные исследования с последующей интерпретацией результатов, они экстраполируют выявленные тенденции, работая, том не менее, с уже существующим материалом и в уже сложившейся ситуации. Их работа совершенно необходима во многих областях общественной жизни, но далеко не всегда дает нужные ориентиры для дизайна. Дизайн — деятельность, как уже говорилось, не только проектная, то есть прогностическая, рациональная, но и интуитивная, здесь требуются иные, пусть менее точные на данный момент, но в перспективе более гибкие и вероятностные подходы. На этом пути, дизайнерами были выработаны различные методики, о которых стоит поговорить подробнее.

Типологизация адресатов дизайн-проекта

Прежде всего — что такое «типологизация» в ее отличии от классификации? В обоих случаях систематизация чего бы то ни было проводится на основе выделения систематизирующей единицы, в одном случае — типа, в другом — класса. Читаем, как трактуются эти единицы в «Методике художественного конструирования дизайн-программ» [38]:

■ «Класс — это множество предметов, выделяемое на основании одного или нескольких общих существенных признаков» [с. 69].

«Тип — исходная единица конструирования научной, проектной или художественной картины мира, вычленяемая на основе идеальной модели и являющаяся носителем программы культуры» [там же].

Значит, класс — не носитель «культурной программы», а всего лишь общий для ряда объектов существенный признак. Тип же соотносится с научной, проектной или художественной «идеальной картиной мира», он включен в культуру и укоренен в ней.

Классификационным «видовым» признаком чайника является наличие у него носика, а «родовым» — своеобразие его геометрической формы, использованных в его изготовлении материалов и т. п.

Типологизирующим же признаком того же чайника оказываются его характеристики (пластические, стиливые, образные), относящие данный образец,

например, к японскому (чайная церемония) или английскому (FIVE O' clock) культурному пространству. В этом и состоит принципиальное различие этих вариантов систематизации.

Для определения особенностей адресата дизайн-проекта обычно применяется процедура типологизации. Ведь человек, даже если это лишь его имидж, его социально-культурная роль, все же достоин более тонкого рассмотрения, нежели классификация по «общему существенному признаку», например, по росту, цвету волос или даже его покупательской способности. В основу типологизации ложится избираемый проектировщиком типологизирующий признак, и выбор его — всегда момент творческий. Такой признак находится внутри социально-культурной сферы жизни адресатов и должен стать той «сильной» точкой, прикосновение к которой рассекает всю массу потенциальных потребителей именно этого продукта на четко выделенные и четко выраженные социокультурные типы. Та же самая потребительская масса, но отношению к иному продукту дизайна структурируется по совершенно иному признаку и, соответственно, оказывается разделенной на иные группы.

Цель типологизации очевидна: мотивированно ответить на вопрос, каковы те, кому мы адресуем свой проект, для кого именно он создается. За этим следует нормальная проектная процедура — смоделированные предпочтения каждого выявленного типа адресата переносятся на характеристики самого объекта проектирования, то есть

ожидания адресатов продукта превращаются в требования к изделию или к его ассортименту.

Например, если мы создаем упаковку пищевого продукта, то наши потенциальные потребители будут различаться по принципу их отношения к тому, что в этой упаковке находится. Одни будут воспринимать содержимое как источник пользы для здоровья, другие — как любимое лакомство, третьи — в качестве изысканного блюда, угощая которым, можно произвести впечатление и т. д. Мотивов к приобретению может быть множество, и каждый из них требует иного решения упаковки, обращения к разным граням потребительского ожидания. Но если объектом нашего проектирования становится мебель, та же аудитория сгруппируется по иному признаку. Мы выделим в ней тех, кто ищет в устройстве своего дома покой и уют, кто — стильную элегантность, кто — практическое удобство, кто из них и своих потребностях аскетичен, а чьи пристрастия делают его более «эпикурейцем» и т. д.

Главное, чтобы такое **социокультурное моделирование** адресатов дизайн-продукта охватило все возможные типы отношения к данному объекту, и чтобы они выстроились в систему. Следует получить именно **систему потребительских предпочтений**, систему ее потенциальных адресатов, а затем либо выбрать направление, представляющееся наиболее актуальным, либо охватить все возможные модификации отношения к продукту. В противном случае удачное попадание, основанное на интуиции, возможно, но мы уже говорили, что в дизайне промышленно тиражированных вещей такой чисто интуитивный поиск чреват слишком дорогими обходящимися ошибками. Конечно, никто не застрахован от ошибок и при «научном подходе», но все же системное моделирование прогнозируемой реальности и планируемого ассортимента изделий всегда дает плоды. Правда, не во всех случаях именно те, которые виделись их авторам.

Пример: «Парадоксальным примером непредвиденного, но, тем не менее, высочайшего результата исследовательского подхода к проектированию ассортимента своей продукции, ее проектного образа может послужить известная история со знаменитой фирмой «Браун». В свое время (в 50-е годы XX века) фирма решила создать новую серию изделий, предназначенных для домохозяек среднего достатка, соответственно чему придавала им особую простоту и функциональную информативность формы, скромность колорита и прочие столь же основательные и сдержанные достоинства. Продукция фирмы имела головокружительный успех, но вовсе не у домохозяек среднего достатка. Те не сумели оценить изысканную простоту нового стиля и по инерции предпочитали привычные обтекаемые формы. Приобретали эти изделия люди как раз весьма обеспеченные, так называемые «лидеры потребления», которые к тому времени уже пресытились привычным и готовы были принять новую простоту в качестве желанного ими изыска. Этот пример «непопадания» как раз и демонстрирует замечательную проектно-прогностную работу дизайнеров фирмы. Прогностическая интуиция позволила им уловить в воздухе эпохи состояние стилевой нестабильности и своевременности перехода в новое культурное пространство, а проектный опыт и профессионализм способствовали созданию целостной системы ожиданий потребителя (пусть и иного) и столь же системному дизайнерскому ответу на этот вызов.

Особенно необходима и результативна процедура типологизации потенциального адресата дизайн-продукции, когда проектирование касается объекта, характер которого сам по себе не определяет своеобразия вкусовых пристрастий возможных владельцев.

Если проектируется, например, спортивное оборудование, то мотивы к приобретению его тоже, конечно, могут быть различными, например, оздоровление, совершенствование фигуры, свободное общение, нацеленность на получение результата и пр. Но все же можно предположить, что вкусы спортсменов в чем-то совпадут и будут наверняка иными, чем у тех, кто никогда не отправится в путешествие на байдарках и не станет истязать себя тренажерами.

Но что поможет определить особенности потребителя по отношению к вещи, которой пользуется практически любой человек, как, например, это было с часами до того, как их отчасти заменили мобильные телефоны? Для решения такой задачи потребовалось создать свою методику. Примером типологии адресатов именно такого — общеупотребительного — изделия может служить типология адресатов, разработанная в свое время Е. Б. Табачникас. «Чтобы определить поле поисков стилистики будущего изделия, дизайнеры моделировали для себя "портрет" потенциального потребителя — в форме словесного описания, коллажа, рисунка. По результатам этой работы были созданы обобщенные портреты нескольких типических групп потребителей» [49, с. 6]. Однако для того чтобы дизайнеры-проектировщики создали именно «портретную галерею», а не получили случайные, вырванные из жизненного контекста персонажи, необходима была предварительная исследовательская и систематизаторская работа, которую и провел указанный автор. Опорой для своих рассуждений Е. Б. Табачникас выбрала положение (или предположение), что на основании содержания человеческой деятельности могут быть выявлены связанные с ней социальные роли, культурные образцы и ценности, причем реализуемые как в сфере профессиональных и социальных контактов, так и далеко за их пределами.

Далее автор выяснил (со ссылкой на А. Е. Климова) что «все виды профессиональной деятельности подразделяются на пять групп ...с интерпретацией содержания деятельности для профессиональной и непрофессиональной сфер активности» [там же, с. 11]. Эти пять групп различают системы взаимодействия, в которые включается человек. Они определяются следующими отношениями:

- человек — человек;
- человек — техника;
- человек — природа;
- человек — знаковая система;
- человек — художественный образ.

Конечно, это — только схема, но, вникнув в каждую из «сфер активности», порождающих определенные социальные конвенции, автор выходит на понимание систем ценностей, господствующих в каждой из них.

Системы ценностей, соответственно, определяют стили жизни, такие как:

- деловой (профессиональная сфера активности) или семейный (непрофессиональная сфера активности);
- технократический;
- походный (профессиональная сфера активности) или спортивный (непрофессиональная сфера активности);
- созерцательный;
- артистический (профессиональная сфера активности) или гедонистический (непрофессиональная сфера активности).

В свою очередь, стили жизни связаны с социальными ролями, о которых мы уже говорили, но они же именуют и типы изделий, адресованных «исполнителям» каждой из этих ролей. В результате были получены — мотивированно и обоснованно(!) — следующие роли потребителей, а также типы соответствующих этим ролям изделий (в данном случае — часов), условно именованные, соответственно;

- Шеф (профессиональная сфера активности) и Родня (непрофессиональная сфера активности);
- Технар;
- Первопроходец (профессиональная сфера активности) и Бодряк (непрофессиональная сфера активности);
- Отшельник;

■ Богема (профессиональная сфера активности) и Курортник (непрофессиональная сфера активности).

Благодаря проделанной работе каждое проектируемое изделие приобрело присущий только ему набор функциональных и стилистических характеристик, а все в комплексе они могли претендовать на достаточно полный и (что существенно!) системный охват ожиданий потребителей.

Итак, алгоритм рассуждений предложен здесь следующий: системы ценностей ~ стили жизни — социальные роли с именованием этих ролей — типы изделия с индивидуальным набором характеристик.

В глубокой древности человек, именуя доселе неизвестное, это нечто как бы проявлял для себя, и оно становилось частью его освоенного окружения. Исследователи доисторического периода развития человека для обозначения такой процедуры используют термин: «именование-творение». Вот и в дизайне проявляется этот же древнейший механизм, становясь одним из его методических приемов; назвав нечто собственным именем, дизайнер начинает отчетливее видеть проектируемую вещь, она становится для него осязаемой и более понятной. Разумеется, это — самое обобщенное описание логики методической разработки, которая реально значительно полнее и сложнее. Но сейчас нам важно уяснить для себя главное: типологизация адресатов дизайн-проекта — это необходимая и довольно сложная процедура, по отношению к которой уже накоплен определенный методический багаж. Однако каждый раз требования конкретной разработки ставят перед дизайнером новые условия, новые задачи, и выбор типологического признака, поиск объективной опоры для систематизации, вся процедура систематизации становятся творческим процессом, не сводимым полностью к предыдущему опыту.

Для примера проследим, как происходил процесс моделирования типологических признаков потребителей телепрограмм для уже знакомых нам «Счастливого», «Победителя» и «Мастера». Изучение их предпочтений в различных областях жизни помогло ближе познакомиться с этими «персонажами», лучше понять содержание их ожиданий по отношению к телепередачам. Рассуждение шло следующим путем: были рассмотрены позиции каждого из этих социокультурных типов в трех основных сферах их существования, которые обозначались как «сфера нравственного» (что можно было бы также назвать «сферой идеального»), «сфера социального» и «сфера материального»



Возможно, в сегодняшней действительности с ее новыми реалиями какие-то из положений оказались бы сформулированными иначе, но когда проводилась эта работа, похоже, все выглядело именно так.

Здесь следует обратить внимание, во-первых, на выбор позиций, по которым проводилось различие в миропонимании трех смоделированных типов, и, во-вторых, на то, что чем больше мы узнаем о каждом из них, тем все более предсказуемым. И понятным становится содержание следующей позиции. Метод художественного моделирования потребительских типов — это всегда проявление живого человеческого опыта, интуиции и увлекательная игра ума.

Разумеется, приведенный пример вовсе не означает, что это — единственный путь выделения социокультурных типов и, тем более, что они, типы эти, обладают именно такими характеристиками и таким миропониманием, что так, а никак иначе, относятся к различным сторонам жизни. Конечно, все это вполне субъективно и отражает человеческий и профессиональный опыт конкретного творческого коллектива. Кто-либо иной пошел бы по другому пути и смоделировал бы какие-то иные образы своих адресатов. Однако пример показателен как последовательное применение метода художественного моделирования социальных ролей. Именно — художественного! Ибо он основан на творческом воображении, на собственной жизненной позиции авторов, на наблюдении ими окружающей реальности.

Когда мы задаемся вопросом: «Кому предназначен этот проект?», каждый из нас представляет адресата одной и той же вещи по-своему — и в этом выявляется творческая природа художественно-образного моделирования. Ни один дизайнер не может всерьез утверждать, что он абсолютно точно знает, каков будет потребитель его продукта во всех его проявлениях. Но чем глубже он попытается проникнуть в его образ, чем тоньше его дифференцирует и рассмотрит с разных сторон, тем тот будет достовернее и живее. И тогда дизайн-продукт, проектные требования к которому основываются на таком индивидуальном понимании адресата, окажется интересным, осмысленным, содержательным, и если он и не найдет прогнозируемого потребителя, то тогда, возможно, его создаст. Ведь мы уже говорили, что дизайн — это прогноз, но это и проект, проекция субъективного творческого сознания на объективную реальность. Дизайн-продукт должен, конечно, соответствовать тому, что существует в действительности, но он же эту действительность и меняет, воздействуя на нее со своей стороны. **Дизайн — посредник между следованием жизненным реалиям и их формированием.**

Вопросы для проверки

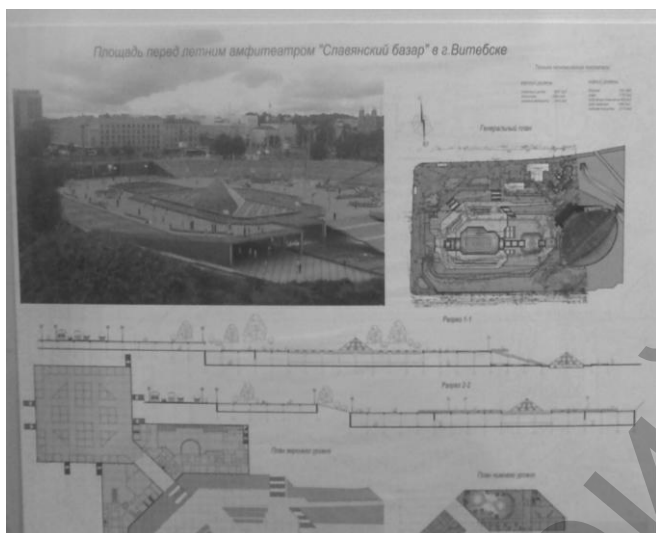
1. В чем состоит принципиальное различие между прогнозом и проектом?
2. Что такое «художественный образ», каковы основные его свойства и в чем заключается особенность образного восприятия? Какова роль образа в культурной коммуникации?
3. В чем различие между художественным и проектным образами? Что моделирует собой проектный образ?
4. Каковы функции вещи в окружении современного человека? Какие существуют теории относительно исторически первичных функций вещи?
5. Что такое «социальные роли», и как используется это понятие в дизайне на этапе предпроектного исследования?
6. Чем отличается процедура типологизации от процедуры классификации, и почему в дизайне принят этот вид систематизации потребителей?

Материалы для семинаров:

- Общая структура процесса дизайн- проектирования.
- Особенности и методики предпроектных дизайн-исследований
- Определение необходимого и возможного в процессе дизайн-разработки.
- Определение типа проектирования и необходимых средств его практической реализации.
- Формулировка профессиональной задачи
- Профессиональное определение темы на основе формально-графической модели взаимодействия
- Насыщение определения конкретным предметным содержанием
- Систематизация материалов проведенного предпроектного дизайн-исследования на основе схемы –матрицы
- Формирование формального и предметного образов реализации проектной дизайн-концепции.
- Эскизная разработка «идеального проектного решения» реализации проектной дизайн-деятельности.
- Текстовое и графическое оформление материалов предпроектных исследований и дизайн-концепции решения поставленной проблемы.

Лекция №5

Методика и уровни содержательного анализа формообразующих факторов в процессе проектной разработки дизайн-концепции.



(Основные тезисы)

От идеи через модель к вещи • Особенность дизайнерского мышления • Что помогает найти нетривиальное решение • От смыслооб-разования к формообразованию
 * *Различные точки зрения дизайнера на вещь • Использование в дизайне -«культурного образца»*
 * *От идеи через модель к вещи*

Предметным миром мы обычно называем свое материальное окружение, но не все, а только ту совокупность вещей, которые созданы человеком и для человека — для его безопасности, его комфорта, его удовольствия. В пределы предметного мира по умолчанию не входят нетронутые природные объекты: леса, озера, каменные валуны. Ручей — природный объект, а фонтан — элемент предметного мира, так же как и высеченный из камня монумент. Все эти фрагменты материальной реальности созданы людьми и для людей — в данном случае для их душевного комфорта и эстетического наслаждения. Любой фрагмент или отдельный элемент предметного мира сначала всегда возникает в чьем-то сознании в виде бесплотного образа, проектного замысла, идеи — то есть в своей идеальной форме. Идея эта всесторонне обдумывается; она конкретизируется, проверяется на уместность и своевременность в сложившейся ситуации — именно это и придает свободному образу, фантому реальную социально - культурную осмысленность. На этом этапе не может не рассматриваться, конечно, и практическая возможность воплощения идеи, то есть, ее соответствие уровню развития технологий, допустимым финансовым затратам и т. д. И только затем, если все складывается удачно и все условия соблюдены, начинается процесс вывода идеи из потаенности. Происходит ее материализация — сначала в виде проекта, разработки его с помощью приемов композиционного формообразования, а потом — и самой новой вещи, нового элемента предметного мира. Этот путь от идеи к окончательному ее воплощению, казалось бы, слишком очевиден, чтобы специально говорить о нем. Но именно последовательное прохождение этого пути и

выделяет любой объект предметного мира из всего природного материального окружения человека. По какому алгоритму формируется весь остальной, нерукотворный, мир, нам пока уразуметь не дано. Но, возможно, то, как это делаем мы, люди, и действительно — «по образу и подобию». Во всяком случае, еще древний философ Платон полагал, что где-то «в умном месте» существуют идеи всех вещей, какие только могут возникнуть в этом мире, в котором они воплощаются по мере надобности. А материализуются они в сегодняшней действительности через сознание проектировщика.

Процедура моделирования обычно предвосхищает всякое сложное делание.

Моделирование призвано помочь избежать ошибок в окончательном варианте, когда уже включены все ресурсы. Моделируют самолеты и автомобили (в каких-то случаях это занятие становится самоцелью и обретает ценность в себе самом — и тогда люди посвящают свое время и свой талант созданию моделей как таковых). Моделируют, имитируя подлинные материалы, и моделируют в материалах будущего объекта, в уменьшенном масштабе и в реальном, для испытаний и для презентаций. С развитием цифровых технологий стало возможным моделировать с помощью компьютера и проводить испытания на виртуальных моделях. Но моделируют не только объекты предметного мира, но и протекание социальных или экономических процессов, природные катаклизмы, и на этих моделях учатся управлять ими. Существуют методы математического моделирования, в которых удастся охватить огромное количество параметров, существуют статистические методы, учитывающие вероятностные процессы, и т. д., и т. д.

От всего перечисленного принципиально отличается метод художественно-образного моделирования, традиционно применяемый в дизайне.

Рассуждая о многообразии знаковых функций вещи, об «имиджах» и «социальных ролях», о типологиях адресатов дизайн-проекта, мы не могли не затронуть этого вопроса. Но теперь перенесем акцент с особенностей восприятия объекта его адресатом на специфику мышления дизайнера, порождающего этот объект. На определенном этапе дизайнерской разработки практикуется, конечно, и создание материальных или виртуальных моделей будущих объектов, но это всего лишь то, что объединяет дизайн-процесс с любым иным проектированием вещей — инженерным, конструкторским и тем более архитектурным. Но художественно-образное моделирование реальности роднит дизайн также и с творчеством в любом виде «высокого» искусства: в живописи, в литературе театральном или киноискусстве. Здесь вновь дизайн заявляет себя как явление пограничное, в данном случае между сугубо прагматичной деятельностью, решающей насущные, в том числе рыночные, проблемы — и созданием объектов, определяющих (одновременно и выявляющих, и задающих) стиль и образ жизни людей. И знаменательно, что связь с универсальным творческим мышлением проявляется как раз в области профессиональной методики поиска образа.

Художественно-образное моделирование дизайн-проекта происходит не в мастерских и не на компьютере, оно разворачивается в сознании дизайнера — в его фантазии, его воображении, совмещающем в себе энергию созидания нового с интуицией предвидения и способностью отражать и систематизировать наблюдаемое. **Особенность дизайнерского мышления**

Любое творческое мышление отличается от рутинного, и было бы несправедливо заявлять, что у дизайнеров все происходит совсем не так, как у других проектировщиков. По способу профессионального мышления дизайнер ближе всего, конечно, к архитектору, но тот дизайнер, который занимается проблемами городской среды, как раз зачастую и не находит общего языка с архитектором, получившим классическое образование (в следующей части книги мы попытаемся понять, отчего так происходит). Для производства любого промышленного изделия творческие способности столь же необходимы и конструктору, и инженеру, и технологу, и прочим специалистам, которые своим трудом создают тот же

материальный объект. И все же, не в обиду будет сказано представителям этих профессий, определенное отличие существует. Особенно ясно и наглядно демонстрирует его одна краткая фраза-формула, ставшая уже хрестоматийной. Звучит, она так:

■ «Дизайнеру заказывают не мост, а переправу».

Почему? Проанализируем предложенную сентенцию.

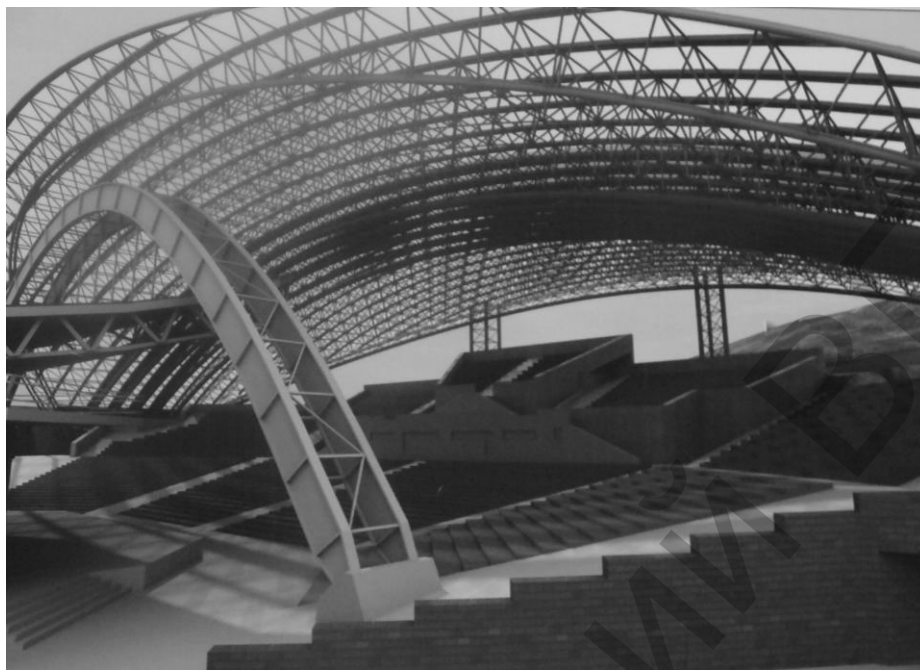
Попятно, что перед нами не просто некая констатация, но метафора, которую следует «расшифровать*». Так что же такое в этом высказывании — «мост»? С заказом на проект моста — а это вполне конкретный заказ — обращаются к инженеру-мостостроителю, к конструктору, специализирующемуся на проектировании этих сооружений, наконец, к архитектору. При этом изначально полагается очевидным, что в сложившейся ситуации требуется именно мост и ничто иное. Задание формулируется именно и только так: «спроектировать мост». Далее оно может выполняться самыми разными способами: исходя из реальных условий, финансовых возможностей, соображений проектировщика, мост может оказаться подвесным или понтонным, на «быках» или какой-либо иной конструкции — но это всегда будет мост и только мост. Итак, «мост» в этой фразе есть обозначение самой идеи задачи, «мост» — метафора задачи, которая, будучи однозначно сформулированной, требует четкого и адекватного проектного ответа.

В отличие от этого слово «переправа» в приведенной фразе определяет содержание сложившейся проблемы. Она состоит в том, что существует необходимость переправиться через некое пространство, то есть попасть на ту сторону, тот берег — реки, оврага, пропасти, железнодорожных путей и т. д. Спектр решений такой проблемы включает в себя, среди прочего, и сооружение моста, но никак этим не исчерпывается. Переправиться, в принципе, можно различными способами: прорыв под землей тоннель, на плавучем средстве (если через воду), на воздушном шаре, по канатной дороге... теле порта ц и ей, наконец! На последним способе, разумеется, слишком настаивать не будем — он приведен лишь как указание на несдерживаемое рациональным рассудком максимально возможное расширение способов решения постав-.. Иной проблемы. Итак, в этом контексте «переправа» — **метафора проблемы**.

Итак, мы имеем противопоставление («не... а...») задачи и проблемы. В приведенной фразе утверждается, что к дизайнеру не следует обращаться за решением узко поставленной, конкретизированной задачи; поле его деятельности — поиск возможностей разрешения проблемы, всегда обладающей качеством неопределенности.

Трансформация задачи в проблему — есть процедура проблематизации, то есть **расширения смыслового контекста** первоначальной задачи, включения в него новых смыслов и значений.

Особенность дизайнерского мышления



«Меня всегда интересуют только проблемы. Тем, что само собой разумеется пусть занимаются другие»

Петер Беренс

Еще Петер Беренс, автор первой в истории дизайна (Германия, 1907 год) целостной дизайн-программы АЭГ («Всеобщая электрическая компания»), говорил: **«Меня всегда интересуют только проблемы. Тем, что само собой разумеется, пусть занимаются другие»**. Звучит немного высокомерно, но взглянем на ситуацию. То была эпоха становления новой профессии, и этим заявлением Петер Беренс жестко противопоставляет себя как активного ее представителя специалистам профессий, давно уже известным на производстве и в обществе. Кто эти «другие»? Полагаю, инженеры, конструкторы, технологи, все те, кто досконально умеет, как решать свои профессиональные задачи. Хочется сказать: узкопрофессиональные. Но Петер Беренс — дизайнер, он иной, он берется вовсе не за их дело, самого его **«интересуют ТОЛЬКО проблемы»**. решение проблемы может вдруг оказаться совершенно непредсказуемым. Таким заявлением автор АЭГ позиционирует себя в системе профессионалов-проектировщиков, обслуживающих производство.

Но не будем вставать в позу и делать вид, что дизайнеры всегда занимались и занимаются исключительно инновационными проектами. Во-первых, в любой деятельности есть корифеи, и есть хор — то есть в нашем случае те, кого знаменитый американский дизайнер Джорж Нельсон называл «пленными дизайнерами»: работая на производстве, им приходится заниматься текущим проектированием с минимальными нововведениями и даже модернизацией устаревших образцов продукции. Так что внутри самого дизайна сложилось естественное разделение на **инновационное** проектирование и проектирование аналоговое. Между двумя этими профессиональными установками (возникшими по объективной необходимости или в силу дарованных природой возможностей) есть принципиальное различие в методе работы (табл. 3.1)

Таблица 3.1. Принципиальное различие логики инновационного и аналогового проектирования

Аналоговое проектирование (решение задачи)	Инновационное проектирование (разрешение проблемы)
Неопределенная ситуация сводимая к определенной, имеющей известное решение	Определенная ситуация при расширении ее контекста (при включении в нее новых обстоятельств, точек зрения и т. п.) освобождается от готовых решений
Находятся аналоги, Прототипы решения сходной задачи	Ситуация становится неопределенной, открытой, обладающей широким спектром возможных разрешений
Провернется возможность перенесения найденных решений на проектируемый объект	Выбранное решение конкретизируется, проверяются его уместность и своевременность в данной социокультурной ситуации,

В проектном предложении минимально трансформируются знакомые решения сходной задачи	В проектном предложении содержится неожиданное и на первый взгляд парадоксальное разрешение
Прототипический подход («мост»-)	Проблематизирующий подход («переправа»)

И все же, как бы реальные жизненные обстоятельства не корректировали дизайнерскую деятельность, для представителя этой профессии более характерна логика, обозначенная во втором столбце таблицы, — логика проблематизирующего подхода. Именно эта способность делает проектировщика вещей дизайнером, и именно это отличает его от прочих близких ему специалистов. Инженерное проектирование тоже может быть исключительно новаторским, но эта новизна воплощается в способах совершенствования вещи относительно исполняемого ею практического назначения, в направлении большей технологичности или рентабельности ее Производства и т. п. Дизайнер же вносит изменения в саму жизненную ситуацию, где эта вещь традиционно использовалась. В обновленной ситуации она в прежнем своем качестве, возможно, и вовсе не потребуется (нет смысла думать, каким спроектировать мост, если проблему переправы решает канатная дорога), И тогда уже эту обновленную ситуацию дизайнеру приходится оснащать новыми вещами.

Особенность дизайнера состоит также не в том, что он усваивает композиционные приемы. Архитекторы владели ими задолго до того, как возникла (выделилась) профессия дизайнера. Специалисты же технических профессий тоже могли бы с пользой обучаться им, поскольку усилиями таких школ, как Баухауз или ВХУТЕМАС, эти приемы достаточно формализованы. Такие знания и навыки были бы ими востребованы при решении их профессиональных задач, включая и квазидизайнерские, то есть требующие аналогового проектирования. Но подлинный дизайн -- это внесение социально-культурных инноваций и поиск нестандартных решений, дизайн — это, прежде всего разрешение проблемы «переправы» в ситуации, когда «мостостроительства почему-либо невозможно или нецелесообразно.

А теперь попробуем сопоставить логику проблематизирующего подхода, нацеленного на получение новой вещи, с подходом, связанным с получением нового знания, как это прослеживается исследователем эволюции стиля научного мышления М. Х. Хаджаровым. Мы уже обращали внимание на то, что современное мышление отличается от традиционного, полагавшего между всеми явлениями бытия наличие однозначных связей. В процессе развития вероятностного стиля мышления в научный категориальный аппарат вошли такие понятия, как «неопределенность», «случайность», «возможность», «вероятность и пр., которые обнаруживают тесную связь с новейшими философскими представлениями. Такую философскую и научную парадигму называют «вероятностной и «системно-структурной». Со своей стороны, дизайнерская мысль всегда стремилась сочетать в процессе поиска новизны образное и системное начала (табл. 3.2).

Расшифровка «первого этапа» исследовательского процесса весьма напоминает процедуру проблематизирующего подхода, не правда ли? Дивергенция, то есть расширение смыслового контекста объекта проектирования и исследования, — универсальный путь поиска новизны. «Второй этап» призван лишь адаптировать найденное знание к насущной реальности, он сводит многообразие решений к оптимальному для конкретных условий. «Аналоговый» же подход начинается сразу со второго, редуцирующего этапа, и потому результаты его недалеко уходят от первоначального состояния материального объекта или знания.

Таблица 3.2. Семантика научного познания, вероятностный и системно-структурный стиль мышления

Исследовательский процесс	Первый этап	Второй этап
Последовательные этапы решения научной проблемы	Дивергенция (расширение) семантического поля научной проблемы: определение и	Редуцирование множества имеющихся вариантов решения проблемы и сведение их к единственному оптимальному решению
Логико-методологические принципы, выражающие названные стили мышления	Координатно-конструктивные принципы. Регулирование формирования семантического поля	Селективно-вариационные принципы. Формирование требований, предъявляемых к возможным решениям, а именно: их максимальной емкости, максимальной информативности, минимальности исходных понятий, аксиом
Содержание логико-методологическое	Аналогия, соответствие, инвариантность	Полнота, универсальность, простота

Так называемый проблематизирующий подход был уже давно осознан внутри профессии и вполне самостоятельно применялся параллельно с происходящим в науке изменением стиля мышления от строго детерминированного (предсказуемого) — к вероятностному. Близость эта, видимо, объясняется тем, что вероятностное начало всегда присутствовало в художественно-образной составляющей мышления дизайнера, и это, по выражению Ю. Шрейдера, не позволяло ему «превращать «бритву Оккама» в гильотину» [60]. Итак, дизайн — посредник между художественным и научным постижением мира, но дизайн, в силу прикладного характера, мысль свою материализует, изменяя не только ментальную сферу существования человека, но и его физическое бытие.

Что помогает найти нетривиальное решение

Мы увидели, что первые враги дизайнерской мысли - рутина, банальность, стандартные решения. Впрочем, в этом дизайнеры не оригинальны: свежесть решений нужна в любом деле. Только для этого специалиста иного, как говорится, не дано — он перестает быть самим собой, когда не пытается выйти за пределы привычного, не ищет и не создает в своем воображении новый образ предметности, соотносенный с обновленным бытием человека. Или — что парадоксально не противоречит сказанному — он остается собой, пока не пытается нарушить неустойчивое равновесие своего пограничного положения, пока продолжает балансировать на границах различных сфер творческой деятельности, областей человеческого знания. Последнее отчетливо проявилось в принятых на вооружение методиках раскрепощения дизайнерского воображения, то есть методиках художественно-образного моделирования [37].

Художественно-образное моделирование, в отличие от логического, основывается не на рациональном, беспристрастном и последовательном учете всех необходимых факторов, а прежде всего на эмоциональном, интуитивном и целостном видении

конечного результата творчества. Профессиональная интуиция дизайнера, конечно, должна быть поддержана его культурным кругозором и опытом активной проектной практики — без этого она останется неразвитой. Дизайнер силой своего воображения моделирует ситуацию потребления создаваемого им объекта, характер и тип самого потребителя (адресата), его ожидания, связанные с проектируемым объектом, и т. д. Успеху этой операции способствует методика **образного подхода**, содержащая эвристический потенциал.

Эта методика основывается на воображаемом помещении проектируемого объекта в различные смысловые контексты, на расширении смыслового поля заявленной проблемы, то есть на дивергенции (см. таил. 3.2). По замыслу, это должно привести к расширению и семантического поля возможных решений. Вот как самими же дизайнерами на основании анализа ряда крупных разработок были в свое время осознаны и сформулированы основные из таких методических приемов:

■ **Ситуация выставки.** В качестве первого примера такого методического приема рассмотрим этот. В чем его идея? Проектируемый объект мысленно включается в ряд образцов современной материальной культуры. В искусственной ситуации такой воображаемой «выставки» могут возникнуть не встречающиеся в реальности сочетания «экспонатов», сложиться необычные композиции, возникнуть новые сюжеты. Здесь может произойти сближение далеких в привычном обиходе вещей, могут выявиться неожиданные аналогии и т. д. Все эти впечатления призваны вывести восприятие проектируемого объекта из привычной, «накатанной 8- колеи. Это становится возможным, поскольку включенные в «выставочную экспозицию вещи отбрасывают на этот объект свои рефлексy, придают ему обновленные социокультурные смыслы, выявляют актуальные на данный момент тенденции формoобразования, обостряют чувство современного стиля, восприятие новизны и т. д.

■ **Ситуация музея.** Так условно назван другой смысловой контекст, в который рекомендуется поместить воображаемый объект проектирования. Данный прием в определенном смысле противоположен предыдущему: если тот выявлял синхронный (единовременный), горизонтальный срез существования объекта, то этот — процесс его вертикального, диахронного (последовательного) развития. В ситуации воображаемого «музея» происходит включение проектируемого объекта в ряд его исторических прототипов, что должно способствовать реконструкции заложенных в нем, но, возможно, «стершихся» культурных значений. Кроме того, при анализе исторических метаморфоз вещи, особенно обладающей глубокими культурными корнями, могут быть обнаружены интересные обстоятельства. Возможно, когда-то, из-за технологической ли сложности или несоответствия существующему в ту пору образу жизни, а то и вовсе по недоразумению (что тоже случается), от основного ствола развития этой вещи были отсечены какие-то ветви ее возможных трансформаций. Но в новой, сегодняшней ситуации знакомство с этими, отброшенными когда-то, вариантами решения способны дать импульс творческой мысли, предложить неожиданное направление инновации.

■ **Перевоплощение, или заимствование позиции.** В названии этого метода вполне прозрачно просматривается аналогия с методом актерского вхождения в роль. Разумеется, и так понятно, что при проектировании следует принимать в расчет конкретные условия производства, экономический фактор и т. п. Однако в таком виде все это — перечень требований, пригодный для использования рациональным сознанием.

Но мы имеем дело с художником в расширительном значении слова, и нам приходится эти условия интерпретировать в интуитивной образно постигаемое знание об объекте. «Методика...» рекомендует: чтобы глубже понять человеческий, социально-культурный смысл вещи, дизайнеру полезно поставить себя на место всех

«персонажей», принимающих участие в еесоздании. Те «персонажи», которые участвуют в материализации дизайнерского замысла — а для промышленного изделия это технологи, инженеры, конструкторы, экономисты и пр., — способны так радикально повлиять на конечный

результат, что потом и сам автор не узнает своей идеи. Когда же дизайнер с самого начала ставит себя на позицию каждого из них (с их профессиональными требованиями), им не придется потом адаптировать проект к техническим или экономическим возможностям производства. И тогда, возможно, не произойдет искажения первоначального авторского замысла.

В какой-то степени схожая ситуация складывается и при создании (с помощью компьютера) графических объектов, предназначенных для печати, — и здесь необходимо учитывать справедливые требования, исходящие от работников типографии, от печатного производства. Учесть их означает надежду увидеть результат своего труда, не слишком расходящийся с первоначальным замыслом. Если же проектировщик непосредственно выходит на своего адресата, как, например, при создании сайта, то все равно остаются такие «персонажи», как сам автор, заказчик, адресат, с их зачастую противоречивыми вкусами, взглядами и интересами. Применяя на практике этот методический прием, проектировщик выступает посредником интересов всех заинтересованных лиц, и «тогда процесс формирования проектного замысла протекает в форме внутреннего диалога дизайнера с потребителем и другими "оппонентами"» [37, с. 22].

■ Отождествление себя с проектируемым объектом. Специальным случаем «перевоплощения» можно считать метод, вошедший в специальную литературу также под названием «метода Альтшуллера». Учитывая особый характер этого приема, не берусь его комментировать, а процитирую, как он представлен в «Методике...». Итак, «дизайнер создает в своем воображении образ вещи как бы изнутри самой вещи, вживаясь в нее, одухотворяя ее, наделяя способностью говорить о себе самой — о своем материале, логике пространственного строения, тектонических силах, о своем отношении к человеку и т. д. Все связи вещи с внешним миром воссоздаются через то, как они представлены внутри нее самой. Занять такую позицию дизайнера обязывает, в частности, хорошо известное всем проектировщикам чувство «сопротивления» вещи тем метаморфозам, манипуляциям, которым он мысленно подвергает ее. Дизайнер вынужден считаться с внутренней логикой вещи, но, развивая эту логику, он приходит к интересным идеям» [37, с. 24]. **Дизайнеры, одаренные столь редкостным даром, способные к полному погружению в объект вплоть до отождествления с ним, видимо, встречаются нечасто.** Поэтому прием этот трудно рекомендовать в качестве обычного методического хода. Однако нельзя не согласиться, что, будучи освоенным, метод «отождествления себя с объектом!» должен приносить заметные плоды. Вещь, мы уже говорили об этом, обладает собственным бытием, собственным голосом, которым она и «вещает» чуткому таланту, какой «хочет стать»?

■ Сценарное моделирование. Этот метод весьма часто и результативно применяется в дизайн-проектировании. Уже одним своим названием он яснее других методик иллюстрирует идеологию художественно-образного моделирования и «применяется для получения целостного и наглядного представления об образе жизни и предметной среде будущего» [37, с. 25]. **Здесь «практически незаменимы рисунок и эскизирование», это может быть и макетирование виртуальное или в материале — «макеты такого рода похожи на сценические декорации, в которых строится по задуманному плану театральное действие.** Достигаемая в этом случае наглядность служит источником знания, которое нельзя получить умозрительно» [там же]. (Впрочем, после предложения использовать метод «отождествления с объектом» — почему же нельзя умозрительно?!) Эти практические процедуры, как трактует «Методика...», позволяют представить себе функционирование вещи в предметной среде, выразительность и целостность образа

будущего изделия — не только его внешний облик, но и связи с окружающей средой и человеком.

Но свободнее всего процесс «сценарного моделирования» разворачивается в творческом воображении дизайнера. Идея новой вещи, порожденная сознанием дизайнера на пересечении его предвидения и волевого проектного замысла, помещается в самые разнообразные ситуации предполагаемого бытия ее рядом с человеком. Используя свое творческое воображение, автор выстраивает целый «сценарий» с проектируемым объектом в заглавной роли и продумывает соответствующую этому «сценографию».

Процедура такого моделирования действительно близка к созданию театрального действия, последовательно раскрывающего «жизнь и приключения» вещи. В каждом его эпизоде выявляются различные грани ее образа, проявляются равные свойства, она различным способом сосуществует с окружением в соответствии с ситуацией и приданными ей возможностями и особенностями. В результате такого «проигрывания» на мыслительной модели проектируемой вещи всех возможных сторон ее бытия складывается заключение обо всей совокупности требований к ней, о тех свойствах и качествах, которые следует ей придать, формируется окончательное знание о ней. Метод применим не только при разработке единичной вещи, но также и сложного комплексного объекта, когда творческое воображение помещает его в самые разные ситуации функционирования.

[Заимствование аналогий. Наконец, предлагается еще один эвристический прием. В содержании предыдущих методик уже не раз просматривалась аналогия дизайн-процесса с театральным действием, но результативная методика может быть выстроена также и на иных связях и аналогиях дизайна в мига искусства. Одни из них более очевидны, другие менее. Например, вполне понятна архитектурная аналогия, включающая проектируемый объект в культурное пространство, применяемая при оценке функциональной и символической ценности объекта, его структурной целостности, а также живописная — при оценке колорита проектируемого объекта или скульптурная — при оценке его пластического решения. Менее бросается в глаза аналогия дизайна с литературой, но именно к литературе, а точнее — в поэтике, стилистике, риторике, выработаны приемы повышения выразительности художественного языка. «Перевод таких приемов с вербального (словесного) языка на иконический (изобразительный) — сложная творческая процедура, но применение их в дизайне способно принести значительные плоды.

Понятно, что имеется в виду не сюжетная, а исключительно формальная сторона литературного творчества, что в переносе на изобразительный ряд еще очень мало изучено. Тем не менее, попытки такого перенесения в специальной литературе встречаются, и на своем месте (в следующем разделе и еще — в главе 9, применительно к созданию объектов медиадизайна) имеет смысл поговорить об этом подробнее.

Итак, смысловые контексты включения объекта проектирования могут быть следующие:

- ряд объектов, современных проектируемому, совокупность которых определяет сложившийся стиль и образ жизни;
- исторический ряд прототипов проектируемого объекта, выявляющих его культурные смыслы;
- ролевой контекст, то есть контекст деятельности различных специалистов вокруг разрабатываемого объекта;
- внутренняя логика самого объекта;
- сценография жизни (совокупность возможных ситуаций) проектируемого объекта рядом с человеком;
- аналогии между выразительными особенностями дизайн-объекта и приемами повышения выразительности, разработанными в других областях искусства и культуры.

Как уже говорилось относительно возможностей «проблематизирующего» подхода,

помещение объекта проектирования в самые различные смысловые контексты позволяет значительно раскрепостить творческую фантазию проектировщика и создать дизайнерский объект, обладающий достаточной новизной.

От смыслообразования — к формообразованию

Приемы композиционного формообразования, почерпнутые дизайном, прежде всего, из архитектуры, призваны сообщать объекту проектирования образную целостность. Но это качество достигается не только удачным решением композиционных задач — таких как, например, пропорциональность, выразительный ритм его элементов, динамичность или статичность формы, применение принципов симметрии — асимметрии, контраста — нюанса и пр. Целостность, завершенность образу вещи придает соответствие ее формы — смыслу, который несет она в своем культурном и предметном окружении, то есть «вещь обладает внутренним смыслом, не сводимым к ее материальному бытию [37, с. 30]. Так что формообразование непосредственно связано с так называемым «смыслообразованием». И чтобы разобраться в этом, начинать следует, видимо, с того, что такое смысл вещи. «Смысл вещи не только выражается, но и постигается в образе. Понять смысл — значит, увидеть вещь как образ социально-культурного бытия» [там же]. Когда мы видим вещь, назначение, способ пользования которой мы себе не представляем, то не способны воссоздать в своем воображении и обычное для нее предметное окружение — такая вещь не ориентирует нас в образе соответствующего ей человеческого бытия, И тогда эта вещь представляется нам не имеющей смысла, а бессмысленная вещь может внушать чувство тревожности, даже страха, как те неопознанные предметы в «Пикнике на обочине» у братьев Стругацких. И дальше: «смысловой аспект проектного образа связан с проблемой тематизации. Тематизация — исходный пункт в смыслообразовании. Нужно сформулировать тему, прежде чем искать конечную морфологию вещи [37, с. 30—31]. Так вот с чего, оказывается, следовало начинать! Так что же тогда такое — «тема, вещи»

«Тема задает объективное содержание вещи, обладающее внутренней смысловой целостностью и потому способное к саморазвитию» [37, с. 311. Поскольку объективное содержание вещи — это проекция ее места рядом с человеком, то способность этой вещи к саморазвитию непосредственно связана с изменениями в его образе жизни, а потому и с обновлением смысла, а затем и образа этой вещи. Тема объекта проектирования задается дизайнером на пересечении предметной конкретности, в которую этот объект будет реально погружен, и субъективной авторской интерпретации образа этого будущего, а следовательно, и самой вещи. Вспомним, что мы уже говорили о свободе творческой воли проектировщика, балансирующего на грани между антиутопией прогноза и утопией проекта. А вот что говорится об этом в «Методике...»: «в образе всегда есть момент переосмысления, а следовательно, и неоднозначности формы» [там же], и для иллюстрации этого приводится следующий исторический пример.

«В конце 50-х годов Ле Корбюзье построил в Токио здание Музея современного западного искусства, которое, по мнению специалистов, значительно повлияло на национальную японскую архитектуру. Парадокс этот объясняется тем, что здание музея сыграло роль зеркала, в котором японцы увидели по-новому отраженные собственные, национальные традиции, ту их сторону, которую ранее не замечали за внешним подобием чисто формальных средств. Ле Корбюзье увидел национальную архитектуру Японии глазами европейца и, переосмыслив ее, воплотил свое понимание японской архитектуры как темы в конкретном архитектурном образе» [там же]. Окончательная форма объекта вобрала в себя исходную тему в се авторской интерпретации. Это позволило японцам, которые рассматривали свою традиционную архитектурную систему всегда только изнутри нее, выйти за пределы системы и охватить ее сознанием, преобразуя в себе, И вот резюме: «Смысл поэтому есть всегда и раскрытие: существующего, и открытие нового, результат творческого переосмысления бытия [там же].

Алгоритм проектного мышления дизайнера, как мы наблюдаем, следующий:

- сформулированная автором тема создаваемой им вещи, творческая интерпретация этой темы (предварительная авторская гипотеза новой вещи);
- объективное содержание вещи, ее смысл в определенном социально-культурном контексте (исследование ее всестороннего функционирования в реальном социально-культурном пространстве);
- проектная идея новой вещи (совмещение первоначальной гипотезы и приобретенных объективных знаний об этой вещи);
- пространственная форма вещи, ее морфология (материализация идеальной вещи в проекте и в материале, совмещающая в себе субъективную и объективную составляющие).

Как бы мы ни хотели, чтобы этот процесс был исключительно художественным, но намеченный нами путь снова неразлично похож на научный поиск. Можно предположить, что в сегодняшней реальности, когда научное мышление далеко разошлось с тем, которое принято называть «технократическим», пути художественных и научных прозрений находят в себе все больше родственного. Конечно, образ в искусстве и в науке приобретает разные свойства, но не можем же мы отказать в образности мышления тем, кто изучает, например, физическую сущность времени или занимается теорией фракталов! Или — отказать в интуиции, способности к неожиданным прозрениям, к инсайту — исследователям глубин океана или психики человека. Итак, еще и еще раз: дизайн — явление пограничное, в данном случае между объективным бытием вещи — и субъективной интерпретацией этого бытия, между одномоментным (симультанным) постижением образа вещи художественным воображением — и следованием алгоритму научной мысли при построении ее морфологии.

Но вернемся к процессу дизайн-проектирования объектов предметного мира, как он рассматривается в специальной дизайнерской литературе. Методика смысло-образования, как мы убедились, строится на сопоставлении собственного, первичного значения вещи и ее вторичного значения, привнесенного проектировщиком (тематизации).

Нельзя не обратить внимания на то, что таков же и механизм воздействия тропов — итог выработанного в поэтике особого способа повышения выразительности речи. Троп (от греч. «тропос» — оборот, поворот речи) — двуплановое употребление слова, реализующее одновременно два значения: буквальное и иносказательное. При совмещении в восприятии прямого и переносного значений происходит обогащение смысла (подробнее об этом см. главу 9). Возможно, путь усиления образной выразительности во всех сферах творчества имеет общую природу, и привнесение в методологию дизайна приемов поэтики или стилистики — это не просто использование метода «заимствованных аналогий», но закономерное применение общего художественного принципа. Скорее всего, в смыслообразовании вещи имеет место не просто аналогия с литературным приемом, а единство образного мышления, реализующееся на более глубоком уровне и распространяющееся на все сферы творчества. Сложный гибкий механизм тропов — экономный способ выявления и закрепления, как в слове, так и в изображении их образного восприятия, а также и их понимания, интеллектуально-эмоциональной оценки.

Когда этот двойственный смысл найден, понят, сформулирован или прочувствован, пора переходить к реализации замысла в конкретной композиции. На этой стадии проектирования, когда, казалось бы, уже все ясно и осталось лишь воплотить прочувствованную и продуманную идею в материале, решить пространственную морфологию объекта — тут проектировщика подстерегает еще одна сложность. Возвратимся к нашему утверждению, что всякий объект дизайна глубоко укорени; в культуре и отражает ее специфические характеристики. Поэтому «в рамках сложившегося жанра и стиля композиционные приемы, правила могут приобретать формализованный характер» [37, с. 27], но при переходе в иную стилистику, иной жанр, в иную культурную среду требуются переосмысление этих приемов и переход от приемов к более обобщенным

принципам.

Для иллюстрации последнего положения в «Методике...» приведен следующий пример. Европейскому архитектору-классицисту, использующему в композициях садово-паркового искусства прием симметрии, предлагают создатели ЯПОНСКИЙ сад камней. Для того чтоб он смог это выполнить, ему пришлось бы перейти от приема симметрии к ее принципу. Дело в том, что планировка японского сада камней основана не на пространственно-геометрической симметрии, а на предметно-смысловой. «В основе его композиции лежит философское противопоставление горы и воды, символизирующее два противоположных начала всего сущего — светлого и темного, мужского и женского. Как видим, симметричность нельзя «пересадить» из одной композиционной системы в другую, хотя как принцип построения художественной формы она действительна для любой или почти любой системы. Нельзя так поступить и с масштабностью, пропорциональностью и т. д., потому что то, что масштабно и пропорционально в одной композиционной системе, немасштабно и непропорционально в другой системе [37, с. 27—28].

В приведенном примере принцип симметрии остается нерушимым. С изменением культурной среды, в которую помещается объект проектирования, меняется лишь характер симметрии, то есть воплощение эрго принципа. В данном случае из пространственной симметрия становится смысловой.

Различные точки зрения проектировщика на вещь

Мы уже говорили, что удачно созданная вещь содержит в себе информацию о типе, модели, характере культуры (исторической, этнической, локальной и т. д.), в недрах которой она родилась. Каждая культурная модель, а значит, и каждая вещь, отражающая свойства этой модели, могут быть рассмотрены под разными углами зрения. Наиболее показательным это демонстрирует пример канона как предельно целостной культурной программы, поскольку такая программа сакрализована, то есть, освящена свыше божественным присутствием, и тотальна, то есть осуществляет системный охват всего бытия в пределах, очерченных канон. В эпоху, ориентированную на канон, именно он выступал для человека:

- кристаллизацией памяти культуры;
- источником порядка;
- идеальной моделью для созидания;
- программой образа жизни.

В реализованном виде канон имеет три системных уровня, что и моделирует собой структуру возможных точек зрения на вещь — эту полномочную представительницу любой культуры такими системными уровнями в каноне являются:

- комплекс вещей и сооружений, образующий предметный ансамбль культуры, — на этом уровне он определяет целостность материального окружения;
- концептуально-смысловое содержание, заключающее в себе систему высших символов и ценностей, с которыми соотносится жизнь людей и их предметный мир, — на этом уровне он определяет идею, положенную в основание порядка;
- язык формообразования социально-предметного мира как эстетически совершенной художественной системы — на этом уровне он определяет художественно-образные приемы, которые можно выявить при анализе материального окружения в соотнесении его с актуальной системой ценностей.

В полном соответствии этим уровням мы имеем, согласно «Методике...», и «три типа проектно-художественных позиций, в которых отправным фактором образного решения вещи являются:

- материальные процессы жизнедеятельности потребителя (условно назовем

формирующуюся здесь позицию инструментальной);

- ценностно-смысловые ориентации потребителя как члена общества или общественной группы (идейно-ценностная позиция);

- выразительность формы вещи в культурном контексте (культурно-языковая позиция) [37, с. 870].

Разумеется, всякая вещь, как и всякая воплощенная в ней культура, содержат в себе сразу все три названных уровня, и в реальности они нераздельны. Однако в методических целях можно утверждать, что дизайнер условно выделяет один из уровней, представляющий ему в данном случае доминирующим, и образное решение своего объекта строит на его основании как исходном пункте проектного рассуждения.

Инструментальная точка зрения на вещь. В этом случае на первое место выходят такие качества вещи, как портативность, комфортабельность, целесообразность, удобство пользования, гибкость конструкции, гигиеничность и т. п. Проектно-образное решение вещи закрепляет качества этого ряда, претворяя их в информативность формы. Как действует в этом случае проектировщик? В окружающей действительности им выделяются такие области, где для него заметна возможность функционального переосмысления возобновляемых по инерции объектов, уже не соответствующих в полной мере потребностям момента, изменившемуся образу жизни. Такая проектная ситуация востребует нетривиальное мышление, поскольку здесь приходится ломать привычные потребительские стереотипы и своим творчеством убедительно провозглашать новое социальное и бытовое поведение, инспирируемое введением в обиход непривычных вещей. Методическим инструментом поиска такой обновленной вещи может послужить расширение зоны поиска за счет вовлечения в нее области действительности, далеких от той, которая предполагается поставленной задачей. Например, при проектировании бытового объекта вспомнить характеристики чем-либо сходного с ним индустриального, а при создании индустриального — ассоциативно связанного с ним природного и т. п. При этом разрушаются перегородки, воздвигнутые привычкой внутри традиционно сложившегося набора объектов материального окружения. А затем применение рассмотренного нами приема «сценарного моделирования» помогает воссозданию системы, адаптирующей новую вещь к ситуации и окружающим ее объектам с их новым членением и новыми связями. Такие процедуры перенесения, но сходству пространственной морфологии вещи или по сходству функционального процесса могут быть названы, соответственно, метонимическим и метафорическим формообразованием.

Знаменитый американский дизайнер Дж. Нельсон так описал собственный опыт совместной работы с коллегой — другим классиком архитектуры и дизайна: «Мне вспоминается, как у меня возник замысел стены-стеллажа. Мы с Генри Райтом успешно трудились над проблемами хранения домашних вещей и проделали огромное количество исследований. Мы накопили огромное количество фактов, подтверждающих, что на площади глубиной всего десять дюймов можно хранить огромное количество предметов домашнего обихода. Однако несколько месяцев мы ломали себе голову над тем, что делать с этими фактами. Однажды, глядя на стену своей конторы, я с раздражением почувствовал, что с ней что-то неладно. Постепенно чувство перешло в убежденность, что вся беда в существовании шестидюймовой перегородки, не содержащей ничего, кроме воздуха. Почти немедленно возникла идея добавить с каждой стороны по несколько дюймов и использовать внутреннее пространство для хранения вещей. Заметьте, что первым звеном в этой цепи рассуждений был непреднамеренный разрушительный акт: уничтожение понятия о перегородке, имеющей только одно назначение. Едва этот акт был совершен, возникший вакуум в одно мгновение был заполнен новой идеей» [цит. по 37, с. 88).

Приведенная длинная цитата красноречиво иллюстрирует по меньшей мере два важных положения:

■ Во-первых, автор цитаты хочет донести до читателя, что для создания функционально нового объекта, помогающего решению вновь возникшей проблемы, пег необходимо сначала увидеть несовершенство, инструментальную несостоятельность какого-то совсем другого объекта, способного, однако, трансформироваться. До тех пор, пока Дж. Нельсон не почувствовал интуитивного раздражения при взгляде на пустотелую перегородку, весь накопленный им багаж исследований ничем ему не помог. Но и раздражение это он ощутил лишь потому, что все последнее время упорно думал над проблемой, как отыскать пространственный резерв для хранения вещей. И вот проблема встретила со своим потенциальным решением.

■ Во-вторых, самонаблюдение профессионала обнаруживает, до какой степени ход рассуждений, направленность поиска, проблески интуиции, творческая активность — все определяется существующей на данный момент культурной и проектной парадигмой. Творческая деятельность этих авторов пришлась на эпоху торжества рационализма, в какой-то мере даже утилитаризма, когда инструментальная точка зрения проектировщика на вещь была принципиально доминирующей, отвечающей самым передовым взглядам на организацию предметного окружения. В ту эпоху самые талантливые проектировщики упорно стремились соединять в одном объеме самые разные функции — например, «шкаф-контейнер» Дж. Коломбо, соответствующий более ранней идее «кухни-шкафа» Л. Лисицкого. Конечно, за счет этого резко экономилось пространство, но (если исключить насущную потребность в этом для проживающих в наших малогабаритных квартирах образца 60-х) такое настойчивое использование приемов агрегатирования, комбинаторики и трансформации с позиций сегодняшнего образа жизни представляется гипертрофированным и не всегда оправданным.

Даже вышедшая значительно позже «Методика... а в качестве примера проектного решения, вполне отвечающего человеческим ожиданиям комфорта, предлагает «многоцелевой блок для индивидуального пользования», который совмещает в себе «функции отдыха, чтения, приема пищи. Блок имеет автономное освещение, полки для книг, пюпитр, откидной стол». Что это — бункер? Нет, это прогрессивное дизайнерское решение, культурным образцом которого предлагается считать «купе международного класса, а методическим приемом — «особое членение целого на части, когда «объединенная функция и по-новому распределяется между составляющими своеобразного конструктора» [37, с. 91]. Нетрудно почувствовать, насколько далеко отошли мы сегодня от такой модели в своих представлениях о нормальном жилище.

Идейной ценности, а я точка зрения на вещь. Эта точка зрения на проектируемую вещь становится доминирующей в ситуации, когда одна «функциональная пригодность предмета еще не служит гарантией его совокупного качества [там же, с. 93], то есть когда проектировщику ясно, что сугубо утилитарный подход не обеспечит ему желаемого результата. В таком случае внимание его концентрируется на возможном символическом значении вещи для ее потенциального потребителя. В проектируемой вещи выявляются ее знаковые, символические функции, и сама она рассматривается как символ и воплощение определенных социально-культурных ожиданий и ценностей. При таком подходе проектируется уже не столько сама вещь, сколько возможные связи человека (при ее посредстве) в ценностно-смысловом мире. **«Ведь человек, в сущности, покупает не вещи, а решение проблем: не фарфор, а культуру сервировки, не ковер, а интимность обстановки и т. д. Становится совершенно необходимо осмыслить, оценить и увидеть жизнедеятельность человека в различных ее проявлениях', этических, моральных, возрастных, профессиональных, социальных»** [там же, с. 91]. В этом случае для достижения нетривиального проектного результата методически наиболее применим прием театрализации. Воображаемая вещь мысленно перемещается в иную среду существования: например, из бытовой — в выставочную или на спортивную площадку. Различие с предыдущим приемом следующее: если при «инструментальной» точке зрения на вещь она соотносилась с другой вещью в иной среде и воспринимала от нее новые качества, то при «идейно-цен-ностной» — вещь растворяется

в обновленном предметном окружении и включается в непривычную поведенческую ситуацию. При этом новая функция вещи понимается уже не как усовершенствованное исполнение своего утилитарного назначения, но как полноценное обслуживание с ее помощью усложненных человеческих связей.

Рассматривая объект дизайна, прежде всего, с этой точки зрения, проектировщик реализует так называемое символическое формообразование, когда из воображаемого культурного пространства берет не материалы и технологии, а приемы организации целого, то есть создает обновленные связи человека с миром. Соотнося свою вещь с миром ценностно-смысловых символов определенной социальной или субкультурной группы, проектировщик может практиковать также аллегорическое формообразование (например, сумка в виде джинсового кармана может представлять молодежную культуру, а обычная одежда из камуфляжной ткани — культуру милитаризованную и т. п.). В этом случае автор не только соотносит свой проект с социально-культурными ценностями адресата, но и способен предложить собственное понимание этих ценностей. При ярком, талантливом решении это может оказаться эмоционально убедительным, и так автор проведет в жизнь новые идеи и смыслы.

Такой подход к проектированию, когда в сознании дизайнера доминирует представление о всякой вещи как носителе определенных идейно-ценностных смыслов, во все времена наиболее результативен, но он требует от автора широкого культурного кругозора, развитой творческой интуиции и, разумеется, не сводится к узкопрофессиональным навыкам.

Культурно-языковая точка зрения на вещь. При таком взгляде на вещь объект проектирования соотносится уже не с другой вещью, обслуживающей иные социально-технические процессы, и не с другим идейно-ценностным контекстом. В новой проектной ситуации он соотносится со сложившимся к данному моменту художественно-образным языком, с освоенными автором художественными приемами. Если проектировщик в достаточной мере образован и чуток к тенденциям в различных областях искусства, присущий данному времени стилевой фон не может не отразиться на его работах, не найти в них своего индивидуального выражения. Вся палитра выразительных средств, наработанных, прежде всего, в таких видах творчества, как пластические искусства, живопись, архитектура, приходят на помощь дизайнеру и становятся его творческим активом. «Важно помнить, что в культуре происходит не только накопление выразительных возможностей, но и их эстетический износ» [37, с. 95]. Невозможно создать инструментально новаторскую вещь, несущую при этом обновленные культурные смыслы внутри «стершейся эстетики, утратившей привлекательность для восприятия. Поиски нового выразительного языка непрестанно идут внутри всего художественного процесса, который захватывает и дизайн как одно из своих проявлений.

Для успешного проектирования при доминировании «культурно-языкового» подхода необходимо не только обладать широким культурным кругозором и развитым художественным вкусом, но и профессионально владеть композиционными навыками работы с: цветом, фактурой, морфологическими единицами, прочими выразительными средствами, уметь комбинировать и соотносить их в законченном произведении. Чтобы свободно, раскованно работать внутри поставленных стилевых задач, требуется знать и хорошо ощущать избранный стиль.

не нарушать его формальные нормы, не выходить за рамки требований жанра. Но уж если брать на себя смелость игнорировать правила и стереотипы, то делать это следует осмысленно, когда такое нарушение — не плод неловкости, а само по себе становится художественным приемом, сообщающим образу вещи

особую остроту.

Для достижения выразительности новой формы в качестве образных средств дизайнером

используются приемы омонимии и синонимии, отражающие два типа отношений, в которые им мысленно включаются объекты проектирования:

■ В случае омонимии вещь проецируется на культурный фон, обладающий собственными особенностями художественного ЯЗЫКа (например, исторически удаленный или принадлежащий иной этнокультуре), — и тогда в формообразовании этой вещи творчески преломляются выразительные приемы того языка. Культурно-языковая среда как бы сама выбирает вещи и их назначение, объединяя их общими формальными признаками, выстраивает путь от формы — к смыслу.

■ В случае синонимии вещь остается внутри наблюдаемого культурного фона, но в ней выявляется потенциал самых различных образных, стилевых, пластических решений (например, как это можно наблюдать на выставке функционально одного изделия, но демонстрирующей множество его образных модификаций). Из всего спектра решений автор может выбрать наиболее удачный или же разные стилевые варианты адресовать потребителям с различными вкусовыми предпочтениями.

Разумеется¹, делая акцент на «культурно-языковых средствах проектирования, дизайнер никогда не забывает о закодированных в любом художественном языке «идейно-цветностных» смыслах, и уж тем более он помнит про «инструментальные свойства вещи. Без их проектного обеспечения продукт дизайна вряд ли состоится. Следует особо подчеркнуть, что приведенные «три взгляда на вещь» предполагают сознательный выбор автором доминирующей темы:

- инструментальной состоятельности вещи;
- ее культурной осмысленности;
- языковой выразительности.

Выбор такой доминирующей точки зрения дизайнеру задает прежде всего объект проектирования, что требует от проектировщика особой чуткости к потенциалу его развития.

Из таблицы, приведенной в «Методике...» [37. с. 98], видно, как может работать метод «заимствованных аналогий» в том случае, когда аналогии эти берутся из области литературы, а точнее, поэтики (табл.-3.3).

Итак, созданная усилиями дизайнера целостная Вещь:

- т.е. гармонично включается - в предметный ансамбль сложившейся культуры;
- поддерживает господствующие в ней символы и ценности, с которыми соотносится жизнь людей,
- «вещает» об этих символах и ценностях на понятном людям языке формообразования.

Использование в дизайне «культурного образца»

Таблица 3.3. Три различные точки зрения дизайнера на вещь

Позиция дизайнера, отображающая образ человека-потребителя	Проектно-художественная задача и трактовка вещи (тема)	Средства смыслообразования (в зависимости от способа поиска идеи проекта)	
		Соотнесение вещи с образцом на основе сходства главных смыслов	Соотнесение вещи с окружением
Инструментальная	Преодолеть изживший себя вещный канон, заменить «изношенную» норму (вещь как материальная форма)	Метафора (образец — другая вещь)	Метонимия (предметное окружение)
Идейно-ценностная	Предметно воплотить осознанный смысл потребления (вещь как воплощение)	Символ (образец — форма жизнедеятельности)	Аллегория (ценностно-смысловое окружение)
Культурно-языковая	- Целостно выразить в вещи ее место в культуре (вещь как выражение)	Омоним (образец — художественная форма или язык)	Синоним (окружение выразительных форм)

Так вещь соответствует всем трем указанным выше системным уровням канона, но уже не в силу подчинения ему проектной мысли, а следуя вечному и объективному правилу созидания жизнеспособных вещей, бесконечно пополняющих этот предметный мир.

Использование в дизайне «культурного образца»

Что такое «культурный образец» в дизайне?

Поиск «культурного образца проектируемого объекта — стандартная методика, широко применяемая в дизайне. Чем такой объект сложнее и глубже укоренен в культуре, тем результат обещает быть интереснее и содержательнее. Следует особо подчеркнуть, что «культурный образец» — это ни в коем случае не аналог современного проекта и не **прототип** для его создания. Тем не менее, сам метод имеет свои историко-культурные корни.

В традиционных культурах таким образом вновь создаваемого материального объекта опять же выступал канон. Систему требований, описывающую весь комплекс представлений о «правильном» поведении ремесленников, поставлял **канонический образец** — готовая и неизменная модель для создания и сбыта любого изделия. Средневековые своды цеховых правил регламентировали все стороны существования в профессии, они предусматривали:

- строгий порядок в технологии и приемах изготовления изделий;
- соблюдение определенных цеховых ритуалов этикета в общении с заказчиком;
- регламентацию ценообразования;
- определение обязательных форм продажи изделий и пр.

Канонические порядки, отлаженные в опыте многих поколений, фактически, хранили в мифологизированной художественно-образной форме «генетический код» материальной культуры. Однако со временем «стершийся» канон терял свою порождающую силу и вырождался в клише.

Затем на смену канонической культуре пришла культура Нового времени, и организующая роль закрепилась за художественными программами. В художественных программах, выразившихся в так называемых «больших стилях (таких как готика, барокко, классицизм, модернизм и пр.), также закреплялось представление о тотальном единстве мира, творимого на основе художественного образца. Эта целостность находила свое выражение:

- в единстве материального окружения;
- в единстве миропонимания, положенного в его основу;
- в единстве выразительных приемов (эстетики, художественного языка), созидających этот материальный мир.

Однако в отличие от канона как изначального закона, освященного божественным присутствием, художественная программа допускала:

- социально-культурную критику уходящего состояния, утратившего связь с изменившимся миропониманием;
- логическое обоснование новых выдвигаемых идей.

Тем не менее, на поворотных этапах культурного развития и художественные программы тоже могли порождать искусственную целостность, периодически выступая «прокрустовым ложем» по отношению к реальной жизни.

Вспомним по этому поводу, как отзывался о городской архитектуре П. В. Гоголь в гот период, когда классицизм стал уже себя изживать. «Дома стали делать как можно более похожими один на другого, но они более были похожи на сараи или казармы, нежели на веселые жилища людей [14, с. 45]. Так можно было бы высказаться о строительстве значительно более недавних времен, не так ли?

И все-таки следует четко различать клише, рутину — и разумные ограничения. Нельзя пс воздать должное одному явлению, изначально пронизывающему дизайнерское творчество, — явлению, без сомнения, перенятому им у своего «старшего брата» — архитектуры. Это явление

(возможно, в усложненных формах) актуально и в любом современном дизайн-проекте, без него не могли бы осуществляться самые смелые инновационные замыслы не превратившись в «расплывчатые» опусы, утратившие структуру и стержень. **Имя этому явлению — стандартизация. На первый взгляд звучит косно, сухо и «не творчески?» (ХРУЩЕВКИ прим. составителя)**

Однако именно благодаря стандартизации всего рутинного, но чрезвычайно важного для существования целого высвобождается творческая энергия, расчищается поле для свободного поиска самых острых решений. Стандарты, когда они глубоко и всесторонне продуманы, выверены временем и практикой, а затем разумно применены, являются таким же упорядочивающим и гармонизирующим началом, как и в свое время канон или художественная программа. Разработки стандартов в различных областях дизайнерской практики — благодарное дело, дающее ВОЗМОЖНОСТЬ отсеять инвариантное, общее для ряда однотипных задач, чтобы все творческие усилия направить на создание сугубо инновационных проектов. Необходимо заметить, что любое разумное ограничение вовсе не снижает возможностей индивидуального художественного высказывания. Люди, создававшие свои произведения в различных областях искусства, неоднократно свидетельствовали, что наличие в их творчестве определенных рамок и сдерживающих ограничений (жанра, избранного материала, используемых приемов, особенностей творческого задания и пр.) не только не вредило свободе их творческого высказывания, но, напротив, служило мобилизации их созидющего разума, направляло их творческую активность. Создать нечто законченное и совершенное в заданных рамках, внутри ограниченного пространства возможностей — означает уметь подчиниться творческой самодисциплине, проявить свою профессиональную зрелость.

Современные представления о «культурном образце» в дизайн-проектировании имеют генетические корни в ограничительных рамках канона или художественной программы даже индивидуальной творческой палитры отдельного художника, также обладающей внутренним единством. Но «культурный образец» — уже не канонический прототип, требующий дотошного копирования, не пример для подражания или интерпретаций и даже не основа для самовоспроизводства внутренне целостной творческой личности. Каждый объект проектирования, каждая проектная задача требуют поиска своего «культурного образца», логика этой работы субъективна, связана с авторским видением и задачи, и объекта, и мира. Весь доступный проектировщику опыт культуры служит источником тем, смыслов и образности для его проектов. Из этого источника черпаются им культурные образцы, становящиеся затем одним из инструментов создания авторских произведений. Отталкиваясь от избранного образца, дизайнер создает новый, уникальный, современный ему объект, обладающий, однако, внутренней целостностью.

Иллюстрацией практического применения этого метода может послужить разработка дизайн-концепции образа одной из торговых компаний (автор — Л. Л. Мещанинов). Крупная фирма занималась оптовой поставкой в Россию экзотических фруктов, требовалось образно представить себе всю совокупность смыслов, содержащихся в образе этой фирмы, которые затем следовало выразить средствами дизайна. Автор дизайн-концепции задается вопросом: с какими же качествами должен ассоциироваться образ этой компании? И отвечает: это — «надежный партнер, широко, пунктуально и быстро ведущий дела, готовый благожелательно и к взаимному удовольствию решить взаимные проблемы». Кроме того, это — «много поведавший и имеющий дело чуть ли не по всему свету, пользующийся у себя дома влиянием и приязнью благодаря приносимой пользе, размаху из заинтересованности в делах и проблемах общества» [39, с. 89]. Дальше автор задумывается, «какому же образу присуща такая многогранность и необходимая для этого полнокровность, яркость? И он находит ответ: «имя такому образу — негодичант». **«Историческое значение,**

и само звучание этого слова рисуют в воображении сочный образ, которому присущи солидность, основательность, респектабельность, опыт, но и открытость, щедрость, широта, жизнелюбие, любознательность, а также и готовность ириску и начинанию» [там же].

Следует особо подчеркнуть, что найденное имя вовсе не предполагалось использовать в рекламе, оно — лишь методический прием, стимул для творческой фантазии, камертон для выявления насыщенного образного звучания будущих проектных разработок. Поиск в культуре и затем неуклонное следование найденному образцу — внутреннее дело автора или творческого коллектива. В данном случае, образ «негоцианта» со всем комплексом его свойств выступает по отношению к имиджу фирмы «культурным образцом», но никак не примером для подражания или прямой исторической отсылкой.

Однако проектировщику обычно недостаточно найти и прочувствовать комплекс тем и смыслов, заложенных в найденном образце. Необходимо соотнести их с особым, органичным для этого образца выразительным языком. В нашем примере таким языком, естественно, обладает эпоха расцвета русского негоцианства — эпоха Петра I. И здесь чрезвычайно важно подчеркнуть, что «ни в коем случае нельзя это понимать, как решение стилизовать фирму "под барокко"... нас интересуют исключительно те ценностные характеристики, которые закрепились за этим явлением, и те сугубо технологические приемы, которыми можем эффективно воспользоваться мы как проектировщики» [там же, с. 90].

Поэтому уточним: какие же «характеристики» и «технологические приемы» присущи стилю Петровского барокко, и которые из них могут оказаться особенно полезными в проектировании имиджа фирмы. А это оказываются: «пафос движения, выражающийся в динамизме, богатстве и изменчивости форм. В художественном языке этой эпохи — изобретательность, выдумка, новизна... элементы экзотичности... сочетание рационализма, веры в разум и эмоционального начала... приемы гиперболы, аллегории — любые средства, вырывающие сознание из обыденности..., гедонизм» [там же]. Когда на этой основе сложились смысловое наполнение образа и комплекс связанных с ним выразительных средств, появилась возможность строить образ компании, продумывая трансформации смыслового и языкового наследия «культурного образца» в современной реальности.

Методика, связанная с поиском «культурного образца» и дальнейшей его разработкой, — это развернутая и отработанная на практике методика «заимствованных аналогий». Но с той существенной поправкой, что «аналог» проектируемого объекта не ищется в этом случае в приемах какого-либо из видов искусства, а черпается из живого источника культуры вне зависимости от его исторической, этнической или жанровой принадлежности. И еще с той поправкой, что использование его ничего общего не имеет с «аналоговым проектированием», о котором шла речь прежде. В данном случае, напротив, происходит особенно заметное расширение смыслового контекста объекта дизайна за счет неожиданного, часто остроумного сопоставления его с «культурным образцом». Так называемое «типологическое сближение» объекта и образца может происходить по самым парадоксальным признакам, лишь бы они были эмоционально убедительны, будили творческое воображение дизайнера и давали проектные результаты.

Материалы для семинаров:

Организация информационного обеспечения процесса проектной разработки дизайн – концепции.

-Типологический анализ предметных аналогов и прототипов по потребительской функции в условиях эксплуатации.

-Материаловедческий, конструктивный и инженерно-технический анализ прототипов по рабочей функции.

- Экономический, технологический и экологический анализ прототипов.
- Антропометрический, психофизиологический и эргономический анализ прототипов.
- Функционально –структурный анализ технологических и операционных циклов обслуживания объекта проектирования.

-Методика морфологического, художественно-композиционного, функционально – технического, организационно- _деятельностного анализа дизайн –концепции, проектов, **предметно-пространственных комплексов. (дизайн-экспертиза).**

Лекция № 6

Методика художественно-конструкторской проработки проектного решения.

Рассмотрим этот вопрос на примере организации предметно-пространственной среды

-Участие дизайнера здесь минимальна — другое дело, что знание документов истории, архивных материалов должно входить в культурный багаж дизайнера и влиять на принятие каких-либо профессиональных решений по данной зоне. Применяя по отношению к данным элементам среды прием дизайнерского освоения городского пространства можно назвать воссозданием (или регенерацией).(это как бы первый слой)

Второй слой городской среды составляют декоративные элементы, близко при-мыкающие к архитектурным объектам, но уже не являющиеся их непосредственными деталями, что фонари, фонтаны, ограды и пр. В некоторых случаях них распространяется стратегия воссоздания, но зачастую изменение общественной жизни и технологий (например, способов освещения) требует их перемещения или замены. В тех случаях, когда целью ставится предельно полное сохранение исторического образа данного места, новые элементы создаются, но аналогии с образцами, относящимися к соответствующей эпохе. При такой концепции поле деятельности предоставляется преимущественно художнику-монументалисту или художнику-прикладнику, создающему уникальные объекты. Роль дизайнера сводится к принятию решения об уместности данного элемента среды, исходя из содержания протекающих здесь процессов, из соответствия даннот объекта общей средовой ситуации. Прием воздействия на этот «аранжировочный» слой можно назвать цитированием (или аналогией).

Третий слой «средовой ткани» включает в себя элементы, еще не прилежащие непосредственно к человеку, *но* уже утратившие тесную связь с архитектурными сооружениями. Это, прежде всего, те элементы среды, в природе которых зрелищность и нестабильность. К ним может отнести праздничное оформление, города, витрины, рекламу, временное ярмарочное или сезонное торговое оборудование и *г. п.* В образном решении такого рода объектов вполне допустимы реминисценции из различных исторических стилей, поданных в авторской интерпретации, использование традиционных мотивов в произвольном их сочетании и прочие не исключающие иронии театрализованные приемы. Однако объекты этого типа могут черпать свою образность и из совершенно иных источников, сознательно диссонировать со стилистикой окружения (например, оформление временного павильона игровых автоматов, выполненное в у еловую «космическом» стиле или стиле комиксов).

Выбор образного языка аргументируется выдвинутой проектной концепцией, но в любом случае этот слой передовой ткани» в наибольшей степени эмансипирован как *от* архитектурного контекста, так и от сугубо утилитарных требований со стороны человека, хотя *он* и обслуживает его средовую деятельность. В какой-то мере эти элементы — творческий полигон художника-оформителя, декоратора, по свое слово достаточно весомо может сказать здесь и дизайнер. На основании социокультурного подхода дизайнер моделирует всю средовую ситуацию, учитывая протекающие в ней процессы, и выдвигает дизайн-концепцию образа среды, стратегию его взаимодействия со стабильным архитектурным окружением. Кроме того, дизайнер исполняет здесь

и свою традиционную роль, он проектно разрабатывает объекты серийного производства, например сборно-разборное оборудование сезонных ярмарок и т. п. Проектный прием по отношению к «аранжировочным» элементам этого рода можно назвать парафразом (в некоторых случаях даже пародией).

Четвертый слой «средовой ткани» составляют относительно стационарные объекты. Этот слой уже значительно приближен к человеку, но не предназначен для созерцания, а непосредственно включен в его средовое поведение. Отличительной чертой таких объектов от составляющих предыдущий слой выступает то, что облик их принципиально не значим для потребителя. Безусловно, периферийное зрение и периферийное сознание улавливают исходящую от них эстетическую информацию, и она входит составной частью в формирование целостного образа среды, влияя на «средовое самочувствие» человека. Но в еще большей степени самочувствие это обусловлено уместностью данных объектов и их безотказным функционированием. Главная задача этого средового слоя — создавать средовой комфорт. При этом сами объекты, подобно безупречным слугам, должны оставаться минимально заметными, их существование в среде отвечает «этическому принципу незаметности» (Г. З. Каганов).

Переживание комфортности среды тем интенсивнее, чем менее навязчивы такие «слуги»: таксофон, узел вызова такси или милицейская будка должны улавливаться вниманием только тогда, когда в них возникает необходимость, и скромно исчезать по выполнению своего назначения. Приспособления же, способствующие регулированию движения (не являющиеся частью архитектуры столбики, барьеры, ограждения), вспомогательные элементы искусственного ландшафта (приспособления для инвалидов, всевозможные держатели и прочие конструкции, не имеющие самостоятельного значения) и вовсе не должны фиксировать на себе внимания — это вещи-невидимки, четко выполняющие свои функции. Тот факт, что такие «вещи-невидимки» все же присутствуют в среде, формирует особые проектные задачи, ведь их «невидимость» — это только игра, условность. Такой профессиональный прием базируется на современных представлениях об общественном поведении в городской среде, он опирается на новейшие технологии и уже никак не соотносится со стилистикой архитектурного контекста, но проявляет по отношению к нему предельную деликатность.

Забегая вперед, можно отметить, что и при создании информационного дизайнерского продукта используются элементы, значение которых невозможно

переоценить и которые в нужный момент должны быть без помех восприняты, но при этом обязаны оставаться «знаками-невидимками» не включаться в общую образную систему. К таким элементам относятся все значки навигации, кнопки и прочие принятые знаки.

Этот прием можно назвать растворением (или диссипацией).

Пятый слой «средовой ткани» объединяет те ее элементы, которые вносятся в среду вместе с человеком. С какими бы намерениями ни пришел человек в историческую городскую зону, он появился здесь в своем костюме, со свойственными ему сегодня манерами поведения, приехал на автомобиле или автобусе. Вместе с этим человеком в заповедную зону ворвались звуки и образы широкого культурного контекста современности. Вторжением этого контекста, не претерпевшего здесь практически никаких изменений, является и используемый в исторической зоне малый транспорт, мобильные лотки, светофоры и другие объекты городского ландшафта. Все элементы такого рода — представители образного мира сегодняшнего человека, они в любой среде проносят свою стилистику неизменной. Это — «вещи-посредники» во взаимодействии человека с его окружением. Такой проектный прием соотношения нового и исторически сложившегося можно назвать несовпадением (или дискордансом).

Итак, последовательно по мере приближения к «средовому субъекту

- воссоздание;
- цитирование;
- парафраз;
- растворение;
- несовпадение.

Приведенный пример «включенного» проектирования, разумеется, схема. Реальное творчество, в том числе средовое проектирование, выходит за границы любой схемы. Однако предложенный вариант предпроектного анализа помогает рационально оценить роль, форму участия и возможности дизайна в формировании такого сложного культурного объекта, каким является городская среда. Многие элементы ее находятся на границе приведенных здесь групп или же, в зависимости от общей проектной концепции, могут решаться в различных формах. Сохраняется лишь само движение от периферии среды к ее центру — от документа истории к фиксации сиюминутного бытия человека.

Городской дизайн (в идеале, но, к сожалению, не на практике) выступает медиатором исторического архитектурного пространства... и мира современного человека, горожанина, который вносит в эту среду свое сегодняшнее состояние. Дизайн — посредник между традицией, временем прошедшим — и поиском форм будущего культурного проживания в урбанизированном пространстве.

Социолог А. Г. Левинсон утверждает, что «город, где по тем или иным причинам не исполняется функция предъявления людям их раблепных совокупных представлений об устройстве мира и жизни, порождает деформированные ньютоны поведения. Архитектор и исследователь современных представлений о формировании городской среды К. Линч пишет: «Мы предпочитаем такой мир, который можно последовательно приспособлять к себе на фоне ценных реликвий прошлого, мир, в котором рядом со следами истории можно было бы сделать и свою отметину» (27, с. 149). И дальше: «Следует не столько хранить верность старой форме, сколько стремиться использовать остатки старого для усиления сложности и значимости сегодняшней сцены» [там же, с. 160].

Средовому дизайну одинаково чужды как пренебрежительное отношение к ценностям прошлого, завышенная оценка идеи обновления (**ему свойственна - «экология прогнозирования»**), так и приводящие к застою среды сугубо охранительные тенденции (свойственна «экология наследования»). Отстаивая ценность «экологии сосуществования» - он объединяет оба этих вектора (наследование и прогнозирование) в средовом объекте, принадлежащем современности, и сочетает в нем не только материал разного культурного происхождения, но и относящийся к прошлому (традиции) и будущему (прогнозу, предвиденью) временам. В дизайне городской среды, как нигде, отчетливо видна посредническая культурная роль этой деятельности, она выступает здесь медиатором прошлого и будущего состояний объекта.

Параметры функционально и эстетически полноценной среды

Но где критерии того, что созданный средовой объект отвечает ожидаемым качествам? Да и какими должны быть качества, отличающие полноценную среду?

В соответствии с субъектно-объектной природой средового проекта его оценка должна оказаться сложной, многомерной. Пусть восприятие такого объекта принципиально субъективно, но никакой продукт дизайна не может быть полностью выведен из-под объективных оценочных критериев. В отличие от произведений «чистого» искусства, этот продукт должен быть востребован незамедлительно и, в пределах адресной группы, практически массово. Будь это среда дискотеки или пешеходная зона в городе — такие объекты должны быть освоены теми, на кого ориентированы. В противном случае они просто не состоятся, а весь труд по их проектированию и реализации окажется проведенным впустую. Для облегчения задачи анализа

качества уже существующей предметно-пространственной среды, а также для формулирования системы требований к среде, которая еще только планируется к проектированию, можно воспользоваться простой двухмерной матрицей (табл. 6.2). Такая матрица демонстрирует пересечение основных характеристик среды с трансформацией их смысла на разных уровнях восприятия. Разворачивание содержания каждого такого пересечения (каждой клетки таблицы) в соответствии с особенностями конкретной среды способно хотя бы приблизительно описать ее полноту и многоаспектность, а таблице сообщает определенный эвристический потенциал.

По горизонтали таблицы разместим объективные характеристики, которыми должна обладать удовлетворительно спроектированная среда. Эти ее характеристики с достаточной очевидностью проистекают из того положения, что понятие «среда» в проектировании принципиально тождественно понятию «система» в науке (с учетом изменения позиции наблюдателя). Чтобы некое образование воспринималось как система, оно должно быть, прежде всего целостно. Всякая система, по определению, структурирована. В достаточно сложных системах эта структура, чтобы сохранить свою выразительность, должна обладать достаточным диапазоном разнообразия. Наконец, для того чтобы система была опознаваема, она должна обладать специфичностью.

Все эти характеристики применимы к оценке предметно-пространственной среды, для каждой из них наполняясь конкретным содержанием;

- Целостность среде сообщает ее освоение единым сознанием средового субъекта, с которым в процессе работы идентифицировался проектировщик. Это остается справедливым и в случае адресации среды совокупному субъекту — проектировщик учитывает вкусы, ожидания и культурные стереотипы данной потребительской группы.

- Структурированность среде придает системность подхода к ее проектному решению.

- Достаточная мера разнообразия (не монотонность) этой структуры зависит от удачного решения проектировщиком функциональных и эстетических задач организации средовых процессов, протекающих в данном хронотопе, от соответствующего этим задачам оснащения этих процессов.

- Специфичность конкретной предметно-пространственной среды напрямую связана не только все функциональным назначением, но и с творческой фантазией и художественной ориентацией дизайнера.

Однако всего этого недостаточно, чтобы утверждать: объект, обладающий перечисленными качествами, уже состоялся как предметно-пространственная среда. В силу субъектно-объектной и нерасчлененности среды, эти ее характеристики должны найти свое конкретное выражение на разных уровнях восприятия.

По вертикали таблицы разместим уровни восприятия предметно-пространственной среды погруженным в нее средовым субъектом:

- **Морфологический уровень.** Это первый уровень восприятия окружающей предметности. Зритель, осваивающий ее, находится на пути превращения окружений в «свою» среду, он рассматривает Пространственную структуру средового объекта, оценивает конфигурацию этого объекта, ее форму.

- **Семиотический уровень.** Воспринимающее сознание средового субъекта погружается в культурные смыслы и значения, которые несет в себе данная среда, он «читает» их в образе среды, проникается ими, включает в цепи собственных ассоциаций.

- **Феноменологический уровень.** Предметно-пространственная среда становится феноменом воспринимающего сознания и на чувственном уровне оценивается по тому эмоциональному переживанию, которое формируется у погруженного в нее субъекта.

Таблица 6.2. Условия функциональной и эстетической

полноценности предметно-пространственной среды

Уровни рассмотрения среды	Основные характеристики предметно-пространственной среды			
	Целостность	Структурированность	Разнообразие	Специфичность
Морфологический	Целостность объемно-пространственного решения предметного окружения	Структурная упорядоченность предметности, участвующей в формировании среды	Отсутствие монотонности в объемно-пространственном решении предметного окружения	Выразительность-объемно-пространственного решения - объекта, его легкая узнаваемость
Семиотический	Целостность культурного пространства среды, определенность ее тематизации и смыслообразования	Внутренняя упорядоченность, ясность закодированных в среде культурных смыслов	Богатство заложенных в объекте культурных смыслов	Несводимость в культурных смыслах объекта к банальности и стереотипу
Феноменологический	Целостность образа среды, ее феномена в сознании субъекта	Убедительная артикулированность образа среды в восприятии субъекта	Разнообразие и интенсивность провоцируемых средой эмоциональных переживаний	Уникальность эмоциональных переживаний, провоцируемых средой

Разумеется, реально все эти уровни восприятия не разделены ни во времени, ни в сознании, ни в чувствах человека, а протекают параллельно, поддерживая и обогащая друг друга. Аналитический подход, требующий декомпозиции предмета исследования, далеко не самый подходящий инструмент для понимания предметно-пространственной среды, принципиально нерасчлененной на отдельные элементы. Но в целях усиления профессиональной ответственности за результат проектирования им все же не мешает воспользоваться, ни в коем случае не заменяя этим синтетический подход интуитивного «вчувствования» в объект, его целостное художественное постижение.

Пользуясь предложенной матрицей, следует попытаться на каждом из названных уровней последовательно раскрыть каждую из характеристик предметно-пространственной среды, определить, в чем именно заключается ее целостность, упорядоченность или специфичность. Для этого, конечно, необходимо иметь перед собой пример реального или воображаемого средового объекта и попытаться заполнить каждую клетку таблицы конкретно сформулированными требованиями к его свойствам. В результате у нас появится двенадцать (3 ■ 4) пунктов анализа Существующей среды или такой же список требований к проектируемой среде. Здесь существенно, что полученный таким образом перечень пунктов окажется не случайным, не произвольным, но все они выстроятся в систему необходимых и достаточных «средовых параметров».

Дизайн-концепция как наиболее творческий этап дизайн-программы

Наиболее креативным, требующим творческого напряжения этапом дизайн-проектирования, конечно, является этап разработки дизайн-концепции.

Чем сложнее объект, подлежащий дизайнерскому осмыслению или переосмыслению, тем этот этап отчетливее артикулируется в дизайн-процессе. Если при создании «штучной» вещи формирование концепции ее НОВОГО решения может быть практически слитым с общим процессом разработки, то при усложнении объекта проектирования этот этап приобретает самостоятельное значение. Когда усилия дизайна направлены на преобразование сложного комплексного объекта, возможно даже на совершенствование целого фрагмента действительности (создание нового и многогранного имиджа фирмы или целой сети объектов культуры досуга, туристического бизнеса и т. п.), разработка концепции становится методически выделенной частью создания целостной дизайн-программы.

Методике разработки дизайн-программ, средствам дизайн-программирования в свое время были посвящены достаточные усилия, результаты которых в экономической и социальной реальности последнего десятилетия были практически не востребованы. Однако по мере укрупнения фирм, стабилизации финансового климата такой опыт снова становится полезным.

На Западе, в условиях традиционной рыночной экономики, активная практика нон-дизайна, наравне с проектированием отдельных вещей, знакома уже с 50-60-х годов. **Например, знаменитая фирма Раймонда Лоуи** была в числе лидеров перехода от «классического» понимания дизайна (дизайна вещей) к многоаспектному облуживанию рынка. Отечественный культуролог и исследователь дизайна В. Глазычев писал, по этому поводу: «Выраженные в чистом виде работы в системе нон-дизайна над созданием цельных программ деятельности крупных организаций значительно дальше отходят по используемым средствам от дизайна вещей» [13, с. 88]. Он выделяет нон-дизайн как тезисно новое явление, возникшее совсем недавно» (книга вышла в 1970 году).

Многие проблемы, над которыми тогда работал кон-дизайнер, теперь решаются И профессиональными менеджерами и другими специалистами — происходит естественная дифференциация профессий. Однако характерно, что пионерами комплексного решения проблем развития и совершенствования сложного системного объекта были именно дизайнеры, призванные, казалось бы, к решению конкретных задач предметного проектирования. Это показательно: дизайн действительно находится на стыке, в средоточии различных подходов к решению проблем, и поэтому мышление дизайнеров более чем какое-либо иное приспособлено к такой, казалось бы, непрофильной, работе.

Программный дизайн, (он же нон-дизайн, концептуальный дизайн, вербальный дизайн и пр.) — одно из своеобразных направлений дизайнерской практики. | С предметным творчеством программный дизайн связан опосредованно: разработанная программа как раз и определяет, какие именно материальные объекты с какими параметрами и свойствами следует проектировать для ее реализации. | Дизайн-программирование в высокой степени реализует способности профессионального мышления как мышления нестандартного.

Автор первой в истории профессии комплексной программы, значительно опередившей развитие этого направления (если не считать вслед за В. Р. Ароновым самой первой — «Путь из варяг в греки...»), Петер Берне (1907 год) заявлял, как мы знаем: «Тем, что само собой разумеется, пусть занимаются другие», — то есть не дизайнеры.

В каких же случаях требуется разработка дизайн-программ? Тогда, когда складывается ситуация неопределенности, например:

- нарастающий хаос окружающих человека форм и смыслов, когда хаос переходит допустимые восприятием пределы;

- запутавшийся клубок неразрешимых противоречий, проблем, когда их накапливается слишком много;

- появление обстоятельств, которым не находится прямых аналогов в истории культуры;

- резкие и неожиданные изменения социокультурной обстановки, требующие проектного ответа, и т. п.

Вот примеры проблем, подлежащих дизайнерскому осмыслению в рамках дизайн-программ:

- становление новой сферы социальной и культурной реальности (например, - развитие индустрии досуга);

- радикальная перестройка и полное системное обновление ассортимента производства;

- разработка идеи «нового товара»;

- разработка нового имиджа крупной компании;

- проведение широкой рекламной или политической кампании и т. п.

Все эти проблемы объединяет одно общее свойство. Все они возникли в объектах, определяемых как сложные развивающиеся системы, функционирующие в социокультурной реальности. Поэтому любая дизайн-программа социокультурно ориентирована, то есть при ее разработке во главу угла ставится человек, причем полноценный, а не его производственно-техническая функция. Дизайн-программа — не бюрократический циркуляр, предписывающий, кому и что следует делать. Это — программа, предлагающая объекту жизнь в заданных рамках, ее можно сравнить с генетическим кодом развития организма, аналогом которого и может выступать развивающийся во времени сложный системный объект. Научная методология мышления, системный подход, разливаемые в дизайне на этапе активного становления этого направления профессиональной деятельности, служат лишь средством, инструментом достижения цели. Но сами цели каждой дизайн-программы формулируются автором ответственно, исходя из исповедуемых им ценностей -- социальных, нравственных, эстетических, познавательных и др.

Несмотря на то что уже в 1987 году была издана «Методика художественного конструирования дизайн-программ», основанная на накопленном к тому времени отечественном опыте программных разработок, каждая новая такая работа — это оригинальное разрешение проблемы, требующее личностного, авторского подхода.

Даже в указанном труде, предлагающем методику работы со сложными объектами, указывается, что на это нет и быть не может готовых рецептов, но каждый объект и каждая проблема требуют индивидуального подхода.

«Особенность художественной системы как модели мира по отношению к научно-техническим системам состоит в том, что художественная модель иносказательна: это метафора, символ, аллегория и т. п. В частном, специфическом материале она даст образ целого, олицетворенную модель мира, которая есть вместе с тем личный мир художника, ибо в отличие от ученого или техника, абстрагирующегося от ценностных измерений моделируемых объектов, художник (дизайнер) личностно переживает мир, поскольку сам является живой системой ценностей» [38, с. 13].

Еще знаменитый основатель школы Баухауз Гропиус писал, что программная разработка создаст жизнеспособный объект именно внесением в проектирование личностного начала художника (дизайнер - концептуалиста).

Культурные корни дизайн-программы можно увидеть в глобальной целостности

канона, в строгой системе художественной программы какого-либо определенного стиля. Дизайн-программа тоже предполагает системный охват всех сторон «жизнедеятельности» сложного объекта, но, в отличие от упомянутых программ, она не претендует на организацию тотальной целостности мира. Итак, дизайн-программа — это синтез интуитивно-образного и системно-научного мышления. Это - социокультурно ориентированная целевая программа, в основу разработки которой положена концепция нестандартного решения заявленной проблемы.

Как уже было сказано, создание дизайн-концепции — необходимый и наиболее творческий этап разработки дизайн-программы. Но почему мы говорим о дизайн-концепции здесь, в части, рассматривающей различные аспекты средового дизайна?

Создание дизайн-концепции сложного системного объекта (а затем, на основе ее, и разработка Программы) далеко отходит от проектирования отдельных вещей, Предметное проектирование может иметь место на этапе практической реализации программы, но, по обстоятельствам, может и вовсе не предусматриваться. Программа вполне может ограничиться рекомендациями, но организации деятельности на фирме, по переориентации потребительской ниши ее продукции и т. п., можно сказать, что такой дизайн — это совсем не дизайн вещей.

Но ЭТО - и не формирование предметно-пространственной среды в том понимании, какое мы до сих пор подразумевали.

Опять же возможно, что в реализации программы и запланированы проекты интерьеров фирмы или образное решение ее выставочных павильонов, но сама работа над дизайн-концепцией имиджа этой фирмы не является проектированием ее среды. Так что же в данном случае разрабатывается?

Дизайн-концепция объекта — это некое существующее лишь в умозрении будущее его состояние со всеми контактами с внешним миром и всеми внутренними смысловыми связями.

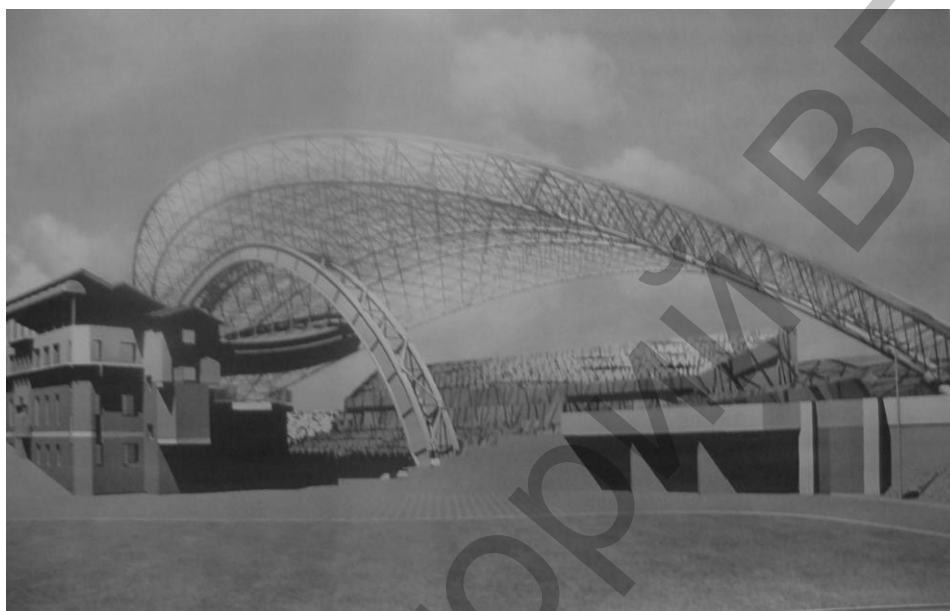
Это — «примерка» на существующий объект, обладающий сложной структурой, целостной и непротиворечивой модели его возможного бытия в иных формах. Или же это — создание не существовавшего до сего момента сложного комплексного объекта с таким расчетом, чтобы он оказался жизнеспособным в конкретных социокультурных, социопсихологических и социоэкономических условиях. В любом случае, воображаемый объект на этом, концептуальном этапе носит характер виртуальной реальности. Одновременно системность этого воображаемого объекта, учет в нем всех его внешних и внутренних связей, формирование сопутствующей этому объекту образности, эмоциональной атмосферы — все это создает целостную и непротиворечивую в своих характеристиках среду (хотя в данном случае уже и не предметно-пространственную!). Однако все характеристики среды (ее целостность, структурированность, специфичность, эмоциональная окрашенность, суггестивность воздействия и пр.) остаются справедливыми и по отношению к такому воображаемому объекту. Здесь уместно подчеркнуть: хотя всякая предметно-пространственная среда обладает системностью, далеко не всякая система требует к себе средового подхода.

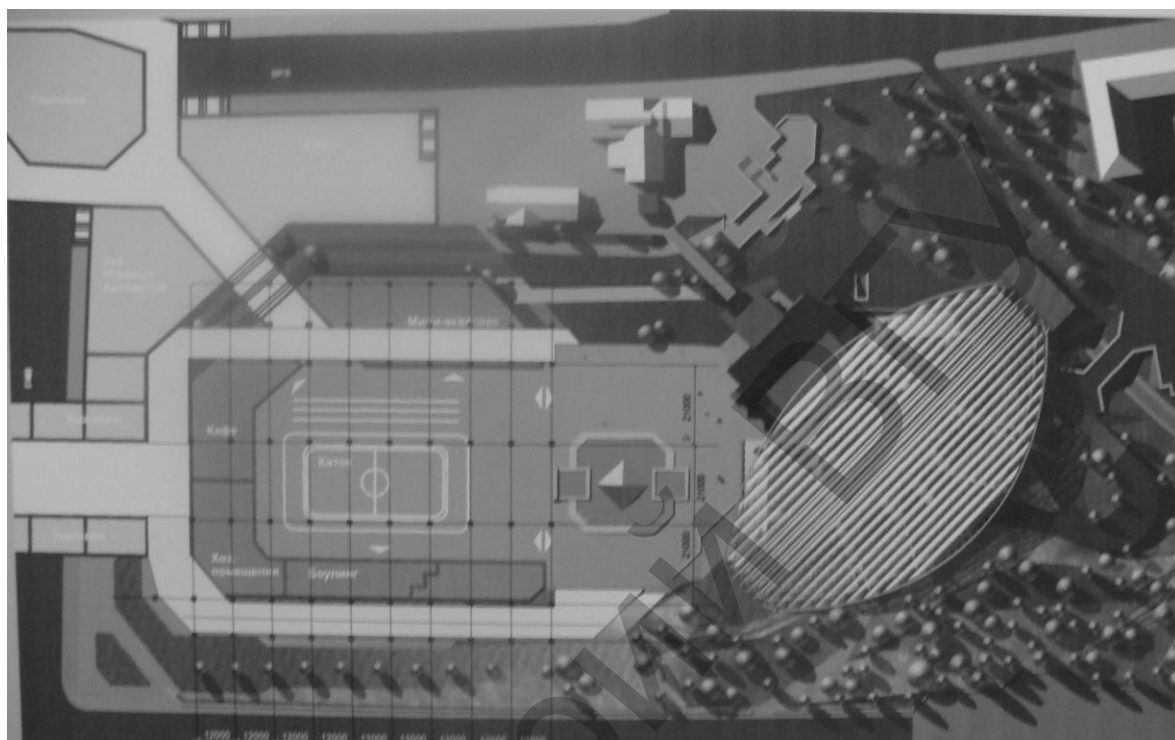
Дизайн-концепция формирует в воображении некий виртуальный объект, где все, как в среде, взаимосвязано и все, как в виртуале, вероятно.

Формирование концепции специфической предметно-пространственной среды (на примере развлекательного объекта)

В нашем примере создание в Витебске певческого форума стоимостью 23 млрд белорусских рублей (Прим. Автора и составителя)

Культурная концепция сложного комплексного объекта предваряет поиск его проектного языка. Рассмотрим для примера, какой могла бы быть логика рассуждений при формировании концепции предметно-пространственной среды объектов, принадлежащих такой особой сфере общественной жизни, как развлечения типа «аттракцион».





Среда

Поведенческая ситуация

стать такая среда, поведенческие ситуации в которой выходят за рамки обычного социального поведения человека. Дизайн-концепция объектов «аттракционного» типа должна прояснять особенности их традиционной эстетики, художественно-образного языка проектирования, которые, в свою очередь, связаны с присущими этим объектам культурными, социальными и психологическими смыслами. С конструкции этих смыслов («смыслообразования», см. главу 3) и начинается исследование данной проблемы. Познакомимся, очень сокращенно, со схемой рассуждений, предваряющих разработку художественно-образного языка развлекательного объекта этого типа [64].

В функционировании современных аттракционных комплексов есть множество аспектов, необъяснимых с позиции **здорового смысла, рационального сознания и воспитанного художественного вкуса.**

Комментарий педагога:

В данном конкретном случае Витебск не мегаполис Прим. составителя

Зачем вообще современному человеку с его рациональным сознанием нужна эта суррогатная экзотика, этот бутафорский мирок?

«Если хочешь понять что-либо, — советует Б. Ф. Поршнев, — узнай, как оно возникло [144, с. 26]. Другой исследователь, В. В. Иванов, уточняет: следуя методу внутренней (культурной) реконструкции, «из системы выделяются такие элементы, которые внутри этой системы представляют собой аномалии, но могут быть объяснены как остатки более древней системы» [17, с. 28-29].

Современные развлекательные объекты представляют собой «остатки - богатой и разветвленной народно-праздничной культуры, всегда (вплоть до начала рационализированной эпохи Просвещения) существовавшей наравне с «серьезной» культурой и несшей сформулированные М. Бахтиным специфические черты гротескного реализма [6]. Эстетика праздника [34] переворачивает ценности повседневного существования и выворачивает наизнанку нормы официальной культуры. Все «таинственное» в нашем развлекательном объекте — это та глубинная суть, которая составляет, так сказать, «перспектива праздника, а сама праздничность и ребячливость — это те игровые и зыбкие, гротескные и эксцентричные формы, в которые эта суть облакается. Это — изнанка, инверсия, тень, «негатив» идеала, путь к которому лежит через его первоначальное отрицание в стихии праздника.

Но в таком случае естественно встает вопрос: если изнанка, -негатив», то ~ чего? Пародия — на что? **Что** именно подвергается инверсии?

Очевидно, что любой развлекательный объект служит оптимизации эмоционального состояния средового субъекта. Это означает, что, **во-первых**, существующее «на входе» эмоциональное состояние следует изменить, **во-вторых**, есть потенциальная возможность обрести «на выходе» измененное, улучшенное состояние, и, **в-третьих**, в промежутке между «входом» и «выходом» помещается наш объект в качестве специально приспособленного инструмента такой перестройки.

ПРИМЕР. На самом деле грань, барьер между первоначальным и последующим эмоциональными состояниями находится внутри человека. Однако самостоятельно переступить этот порог способен далеко не каждый. Для облегчения подобной перестройки уже на древнем этапе развития культуры сложилась своя работа иная обрядовая практика. Мы уже говорили о том, что в архаическом обществе любая перемена статуса (возмужание, брак, принятие на себя новой социальной роли) сопровождалась коренной эмоциональной перестройкой и обеспечивалась участием субъекта и соответствуют в «переходном» обряде — ритуале инициации.

Здесь не место подробно останавливаться на структуре такого обряда, но важно обратить внимание на то, что именно в промежутке между откреплением от прежнего статуса и прикреплением. Эта средняя фаза тайного обряда нашла свое отражение в мифах, повествующих о путешествии-испытании героя с участием скелетов, чудовищ и прочих встречающихся в аттракционе образов и ситуаций (например, карусель и «колесо обозрения» находят свою параллель в теме оборотничества как особой магической возможности попадания в иной мир или изменения собственного образа).

Исследователи отмечают, что обряд инициации сопровождался демонстративным нарушением норм и запретов, подчеркнуто алогичным, как бы нелепым поведением участников, но с точки зрения познания ничто так не подчеркивает норму, как абсурдность и парадокс» [50, с. 240].

■ возможность разрабатывать на основе специфические игровые сюжеты, то есть поведенческие ситуации (структурные единицы проектирования среды), соответствующие этапам мифологемы «путешествия-испытаниям, которые будут обладать сильным эмоциональным потенциалом (см, главу 5 об архетипах и мифологемах), что для такого объекта принципиально;

■ реконструировать особый художественно-образный язык объекта аттракционного типа, соответствующий его «культурному образцу» и отвечающий его особой эксцентричной эстетике (в активе такого языка — буффонная комика, гротеск, абсурд, парадокс, оксюморон, метафора, метатеза и прочие приемы, хорошо изученные на материале как народного творчества, так и искусства авангарда).

Вопросы для самопроверки

1. Какова связь идеологии средового подхода в дизайне с основными позициями постмодернизма?
2. Чем отличается дизайн предметно-пространственной среды от традиционного дизайна вещей?
3. Каковы структурные единицы проектирования каждого из подходов и роль в них времени и пространства?
4. Какова в каждом из этих подходов проектная идеология и позиция проектировщика по отношению к объекту?
5. Каким образом выявляется идеология «включенного» проектирования при дизайнерском воздействии на историческую городскую среду?
6. Каковы параметры функционально и эстетически полноценной предметно-пространственной среды?
7. Как они формулируются на пересечении основных характеристик среды и различных уровней ее восприятия?
8. Каков культурный генезис (происхождение) дизайн-программ, какого рода объекты и проблемы требуют дизайн-программирования?

Материалы для семинаров:

Вариативный поиск объемно-пространственного и пластического решения базовых элементов и их функционально-конструктивных связей в объекте проектирования.

- Способы технологической и эргономической корректировки формы на основе общего композиционно-образного принципа организации проектируемой системы, предметно-пространственной среды.

- Использование проекций и перспективных изображений для уточнения композиционно

ИТОГОВОЕ ЗАНЯТИЕ

Предлагаю в качестве итога в теме «Принципы и методы разрешения технических противоречий в процессе дизайн разработки идеального проектного решения» свою авторскую концепцию и взгляд на проектирование глазами художника из Полоцка Игоря Куржалова .

(Далее текст составителя Горбунова И.В.)

«Как-то Марк Аврелий метко и едко заметил: “ Каждый человек стоит ровно столько, сколько стоит то, о чем он хлопочет». О чем может хлопотать музейный художник ? О себе ? Надо быть большим альтруистом чтобы выбрать путь музейного художника-экспозиционера. Создавать то, что будет стоять веками. Надо сказать что вообще путь любого художника-судьба не из легких. А уж если человек сознательно пришел в музей создавать экспозицию и это не плод метаний и исканий себя в жизни, а чисто профессиональный подход и главное четкий выбор себя в этой жизни, то это говорит о многом.

Меня с Игорем Куржаловым связывает родство специальностей на ниве искусства и выбора профессии, с той небольшой разницей, что у Игоря Куржалова становление художника-экспозиционера совпало с двумя знаменательными датами -500 ление Ф. Скарини, чествование Симеона Полоцкого, а у автора этих строк создание двух экспозиций в Калининграде и Балтийске. Мы вначале были далеко друг от друга и шли разными путями к этой нелегкой профессии-профессии музейщика. Как ими становятся – загадка. Но у молодого выпускника Ленинградского Высшего художественно-промышленного училища им. В.И. Мухиной (бывшее Барона Штиглица) выбор профессии был обусловлен стажировкой в мастерской именитых ленинградских музейщиков –Ривина и Короткова. Эти имена гревели на весь союз и за границей они уже превратились в символ советского экспозиционного дизайна, выполнив музей мирового класса –Музей Ленина в Улан-Баторе. Супер-музей, супер экспозиция в стиле ушедшей советской эпохи- все по максимуму, все самое передовое напоказ. Было что взять молодому художнику. На уровне дипломного проекта Игорю Куржалову дали возможность сделать очень сложную экспозицию для Музея-панорамы «Сталинградская битва»- 4 зала и это в 29 лет.

Затем было направление в Мончегорск на крупнейший комбинат-дизайнером по интерьерам. Опять труднейшая задача и поиск новых форм самовыражения и пластики. Еще в училище им. Мухиной он просмотрел десятки и сотни книг о мировом дизайне. Какие имена, какие звезды. От самого понимания что ты тоже будешь заниматься этим кружилась голова и хотелось творить т творить.

Сложность работы художника по интерьерам заключалась еще и в том, что даже сейчас их выпускают слишком мало для этой огромной страны, а в тот период времени выпускников Мухинки были единицы. Кстати не все по словам Игоря обрели себя в профессии именно в Ленинграде. Кто-то пропал, «растворился» в этом огромном городе не найдя себя в профессии.

Но самое главное было впереди. Древний Полоцк, родная Витебщина манили в свое лоно. Было ясно-что надо взвращаться к истокам и Игорь КУржалов уезжает В Полоцк, де по чудесному стечению обстоятельства сразу становится в эпицентре творческой жизни.

. Рождение нового музея в Полоцке совпадает с двумя датами – 500 летие Ф. Скарины 1990 и чествование Симеона Полоцкого 1994 год и очень сложной задачей –создать второй в Советском Союзе музей книгопечатания. (Первый –это музей Ивана Федорова)



„Обратите внимание какой чарующий мир. Сколько умиротворения и гармонии. Каждому предмету надо найти место. „

Дом мастерская –своеобразный режиссерский ход художника.

Надо сказать, что сама мастерская художника в этот период жизни очень напоминает это уютный уголок и видимо неслучайно так бережно автор экспозиции располагает предметы быта, краски, кисти и инструменты.

Одновременно с исследованиями Николая Николаева из Ленинграда в области древних белорусских книг и историей развития белорусской письменности появляется докторская диссертация ныне уже умершего известного белорусского ученого Виктора Шматова. Это было особое время и желание воздать дань великому гуманисту и просветителю, которая высветила проблему создания на родине ученого и первопроходца отечественной письменности и графики музея Книгопечатания. Для Игоря наступил момент когда надо было мобилизовать все силы весь интеллект и за сравнительно короткий период времени создать уникальный музей практически в самом сердце древнего Полоцка. Создается творческий тандем из художника –графика Сергея Дмитриева и художника по интерьерам Игоря Куржалова.

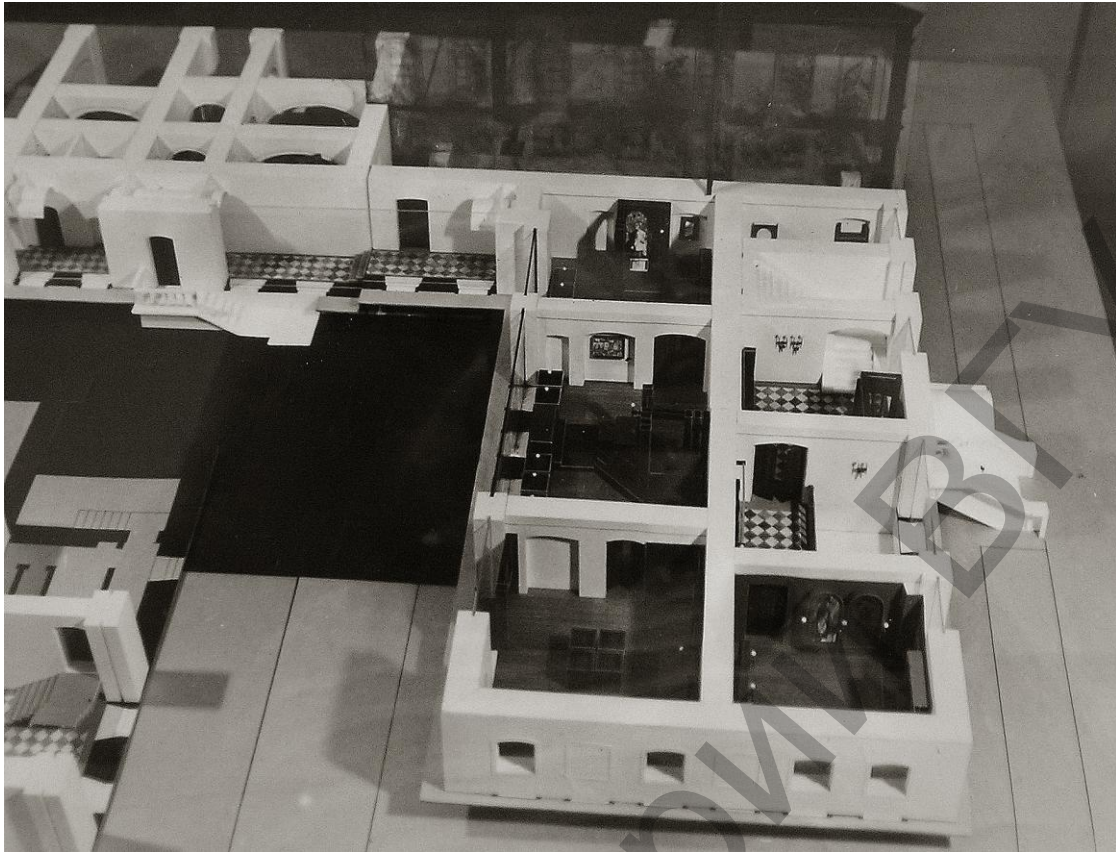


Фото № 2 Макет новой экспозиции Музея белорусского книгопечатания 1989-1990 гг.

Серьезным испытанием для экспозиционеров было то, что весь материал был в Ленинграде, а надо показывать книги-подлинники. Как это выполнить, как заполнить музей? Решение было найдено не сразу. Надо было немного «растворить» среди подлинников и мастерски выполненные муляжи древних книг-инкунабулов, но сделать это все тактично и грамотно. Задача вторая как подать сам материал. Это четко выверенный режиссерский ход витрина только для одной редчайшей книги и ничего лишнего. То есть книга как сокровище в чисто реликвийном и историческом контексте, объединив их вместе художник создает особый чарующий мир древней книги. Это не предмет обихода, а сокровищница мысли. Именно поэтому был выбран цветовой фон (насыщенный пурпурный цвет) для книги, а также размер и форма самой витрины. Особым приемом еще был пол в музее, выполненный из древней плитки, который как бы подчеркивал само значение и предмета и эпохи.



Фото № 3 Витрина с единственной уникальной книги –первое издание библии Ф.Скарины.



Фото № 4 Переход от одной экспозиции к другой. Все находится в тесном единстве и взаимодействии Терракота пола, насыщенный коричневый цвет дерева, и очень тактично стойка со светильниками. Чистота белых сводов подчеркивает глубину пространства.

То обстоятельство, что не сразу удалось взять под охрану сам древний памятник и невозможность целиком охватить весь историко-археологический музей –заповедник создало ряд мер запретительного характера. Художникам было предложено по возможности охватить весь ансамбль бывшей братской школы, и задачей администрации города переселить в другой район города ряд семей, которые проживали в здании.



Фото № 5 Келья монаха-летописца. Полное слияние с материалом музея и проникновение в мир древних книг и неторопливого размеренного ритма того времени. 1990 г

Этот экспозиционный прием очень четко можно проследить в музеях Санкт-Петербурга, особенно в Петропавловской крепости, где среди древних стен ревелина «вставлены» манекены, изображающие различные виды быта и жизни обитателей крепости. Это не заимствование, а скорее дань традиции. С учетом современного увлечения манекенами и различного вида восковыми персонами, которые наводнили музеи и выставки в начале XXI века можно с уверенностью констатировать что их применение для начала 1990 –х гг было вызвано рядом причин. Во-первых оживить древний музей и как-то растворить в архитектурной среде самого человека не забыть о главном-жизни простого человека, его быте и образе.



Фото №6 Вид древней кельи и умелое введение манекена, выбор позы монаха в окружении древних книг, подбор мебели и очень аскетичный вид быта приводит посетителя в состояние сопричастности событию.



Фото № 7, 8,9

«Друкарня» того времени. Наборщик шрифтов и главный мастер были мастерски выполнены мастерами из города Риги и их «вставка» в интерьер ниши при переходе из одного зала в другой создает атмосферу подлинности и полной достоверности той эпохи.



Фото № 10 Крестообразный подиум -это символ нерушимости веры и духа-основных скрижалей христианства с изображением Ф.Скарины- стал по сути визитной карточкой музея



Фото № 11 Выбор мебели в стиле барокко в интерьере и очень деликатное включение в атмосферу музея витрин создает своеобразный мостик между прошлым и настоящим.

Собрав в единое целое это огромный ансамбль реликвийных предметов, в комплексе с архитектурой и внося в это свое понимание роли и значения самого предмета исследования- КНИГУ художники решили самую сложную задачу всеми доступными средствами донести до людей роль и значение книги как некоего универсума, стержня духовной и материальной культуры человечества.

Такого музея нет в постсоветском пространстве и очень жаль, что авторы не попали в список лучших работ в области экспозиционного дизайна журнала «MUSEUM» Юнеско за 1990 год. Но в тот славный юбилей работа Игоря Куржалова была удостоена по заслугам и мэр города уже вскоре после открытия музея и в дань уважения таланту художника выделил ему квартиру в г.Новополоцке, хотя возможно этого было конечно мало, оценивая этот и другие музейные экспозиции хотелось бы отметить главное- полное понимание основных задач музейной экспозиции-единство большого и масштабного в малом- в небольшом переплете страниц книги древних мыслителей всегда вечных и неустаревающих духовных ценностей.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ

Рассмотрим их на примере создания музея Симеона Полоцкого

.Далее текст автора.

«Об этой теме Игорь Куржалов может говорить часами. Личность Симеона Полоцкого, его масштаб, его стиль жизни и полная уверенность в своей правоте, энциклопедичность знаний, непреклонность в убеждениях создали предпосылки к изучению всей биографии мыслителя. Заслуги в просвещении, его педагогическая деятельность в Московии по воспитанию царских детей, его ум и талант летописца и невероятная работоспособность выводят Симеона Полоцкого в ряд величайших мыслителей XVI века. Века непростого сурового и именно как-то спонтанно автор решил создать не просто музей, а музей – библиотеку. В здании Богоявленской церкви было решено развернуть экспозицию по своему масштабу чем –то напоминающие старинное патио с оромными анфиладами стеллажей древних рукописей, куда можно было взойти

Фото № 12



и как бы прикоснутся к самому важному предмету-книге. Здесь есть преемственность с предыдущим музеем, но другое прочтение материала. Как заставить современного человека поверить в значение масштаба личности? Какими средствами этого добиться? Решение пришло не сразу, но как -то окончательно

сформировалось в голове у автора. Огромный глобус в старинной оправе (но вот не удалось “состарить само изображение), но лаконично и просто занял место в музее. Теперь это своеобразный « брэнд» города Полоцка, его символ, очень тонко продуманный до мелочей, но придти к этой мысли удалось в результате долгих раздумий о смысле бытия. Кто он сам человек в бездне мироздания. Пылинка или сгусток энергии. И то и другое. Но важно что художник замыслил превратить убогую церквушку в некий символ веры не в простом понимании этого слова, а именно в глубоко философском и это ему блестяще удалось. Экпозиция размещается в помещении так называемой « Теплой церкви» Богоявленского монастыря.

Конечно современному человеку возможно будет не очень уютно в этом здании. Но еще находясь во время учебы в Москве, мне молодому аспиранту БГТХИ довелось провести долгие дни в Ленинке и я удивился, что в этом огромном зале люди не чувствуют себя раздавленными, а скорее наоборот.

Потрясающая энергия Румянцевской библиотеки передается всем, кто там работает. Именно этого удалось достигнуть Игорю в Музее библиотеке Симеона Полоцкого.



Фото № 13 Главный зал библиотеки

Строгое, почти каноничное решение. Ничем лишним, или какой-то ненужной деталью не прикрытый мир знаний и удивительных открытий. Мечта любого ученого. Греза по давно ушедшей эпохе географических открытий, карты, схемы по стилю очень напоминает нам знаменитую Мюнхенскую пинакотеку, с той разницей, что это другое прочтение темы и поиск идеального музея. В колористическом решении присутствует насыщенный коричневый колорит «пояска» или анфилады с ровными рядами книг. Вот пожалуй главный элемент оформления. Можно с уверенностью сказать, что это очень классицистический подход, где-то на грани эпатажа. Но удивительно ровный простой и гармоничный. В этом видит автор успех этой экспозиции, которая без сомнения выводит Музей-библиотеку Симеона Полоцкого в разряд выдающихся явлений отечественного экспозиционного дизайна. Работа художника сублимирована до минимального уровня общей эстетической формой, уже задана изначально концепцией музея, что привносит в современное представление об этой давно ушедшей эпохе очень сильную ностальгию по прошлому. Да и вообще ностальгия в творчестве И. Куржалова видимо то же самое. Что у Арсения Тарковского. Продолжая линию литературных музеев художник столкнулся с удивительной и совсем не разработанной темой. Причем очень интеллектуальной и удивительно современной, и даже можно сказать слишком смелой для своего времени. Сделать музей белорусских писателей, репрессированных в 1930-е годы. Эта работа относится к разряду удивительных открытий в области истории литературы. Таких мемориальных музеев даже в Москве и Санкт-Петербурге лишь единицы. Экспозиция получила название «ПОКЛІЧ» в объединении Государственных литературных музеев.



Фото № 14 Главный зал экспозиции государственного литературного музея.



Фото № 15

« По словам автора таких музеев у него всего несколько. К этой теме автор вновь вернется в 2002 году выполнив музей Владимира Короткевича для Орши.»

Любая тема для музейного художника-это столкновение с определенным социальным заказом . Этим заказом является полное отсутствие политической конъюнктуры, ибо сказать правду об этом совершенно невозможно. Нужна искренность, уверенность в том, что зритель сам поймет это нелегкое время. Наиболее интересной работой с точки зрения именно-проектирования является разработка концепции экспозиции для Государственного музея театра и музыки. Кто такие белорусские музыкальные деятели прошлого? Что мы сегодня наем о них ? Да практически ничего. Отголоски старой аристократической жизни.

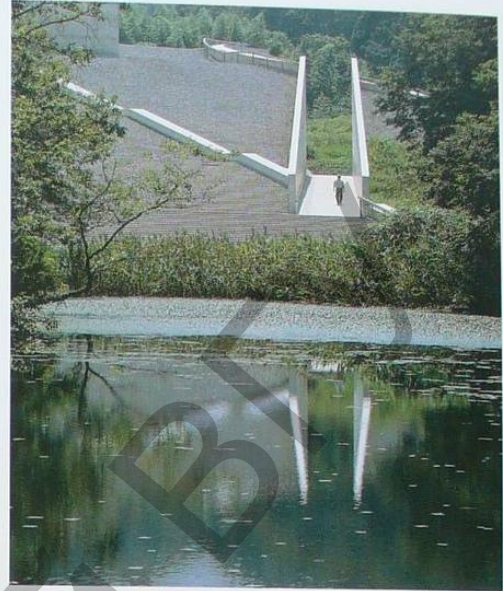
ОСНОВНЫЕ ТИПОВЫЕ ПРИЕМЫ УСТРАНЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКИХ ПРОТИВОРЕЧИЙ

Наиболее полно можно определить их только с точки зрения развития урбанизма
Вот несколько примеров их приникновения в предметно-пространственную среду.



88

1. Museum of Ishiuchi Dam
2. Kei'ichi Irie + Power Unit Studio
3. Makoto
4. 1993
5. Museum
6. RC
7. 520 / 455
8. Kumamoto



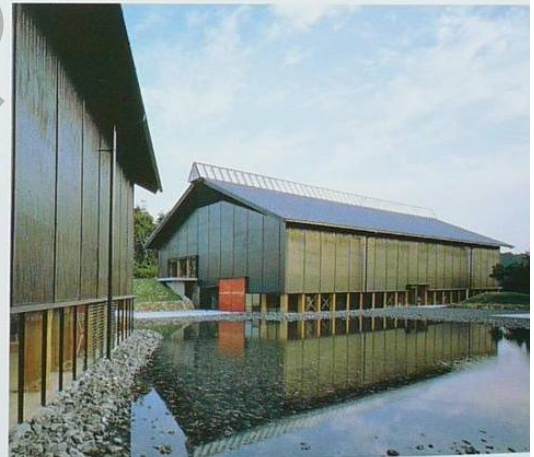
89

1. Chikatsu-Asuka Historical Museum, Osaka
2. Tadao Ando and Architect & Associates
3. Konoike, Mitsubishi JV
4. 1994
5. Museum
6. SRC
7. 3,407.84 / 5,925.20
8. Osaka



90

1. Weekend House, Dark Box and Bird Cage
2. Hiroshi Nakao
3. Tomi
4. 1991
5. Villa
6. W
7. 108.90 / 115.80
8. Osaka

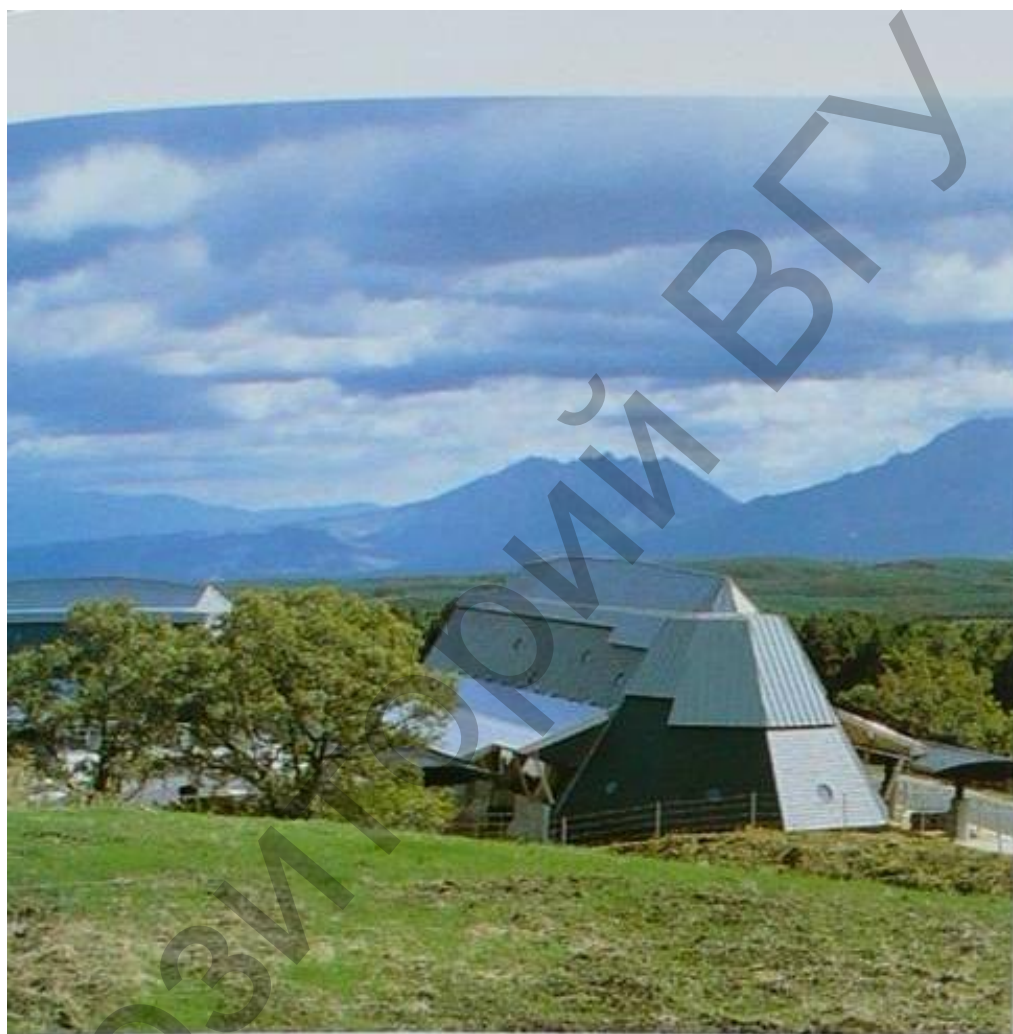


91

1. Sea-Folk Museum
2. Hiroshi Naito / Naito Architect & Associates
3. Onishi Tanezo, Kajima JV
4. 1992
5. Museum
6. W+RC+PC
7. 4,016.22 / 4,424.77
8. Toba, Mie



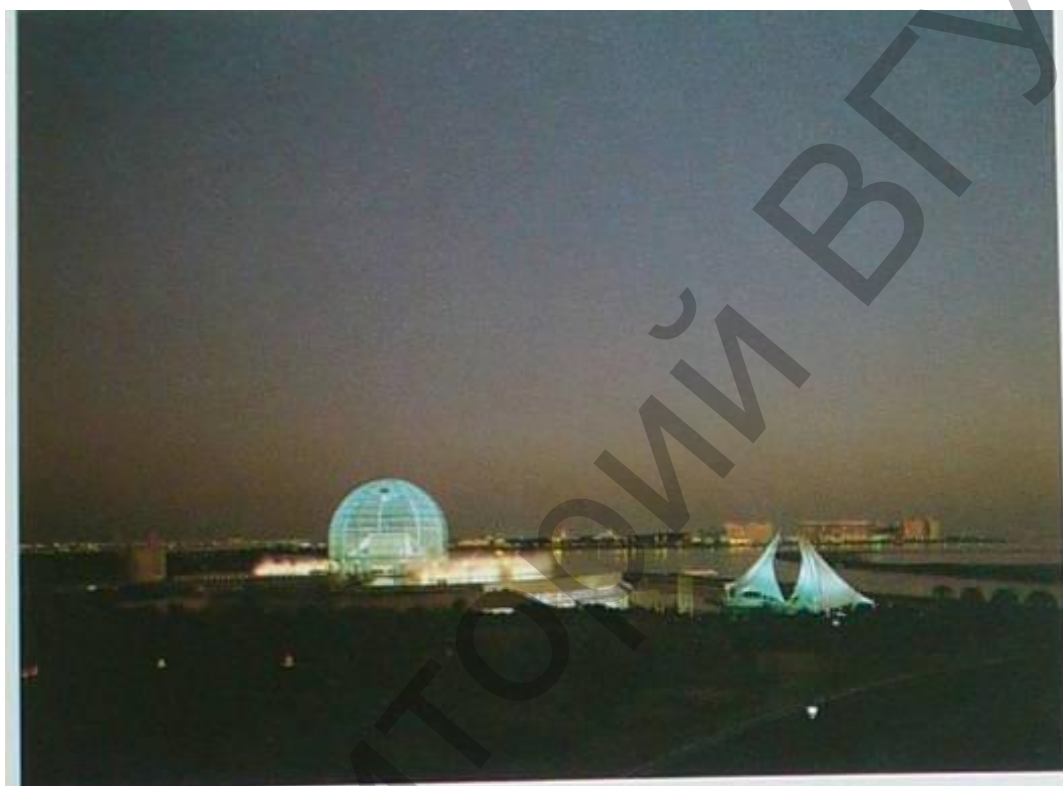
Наиболее ранние формы проявления этих тенденций в создании супер-центров, супер-выставок на подобию Хрустального дворца в Лондоне.



Yamamoto Grasslands Agricultural Institute
 Tom Heneghan + Inga Dagfinnsdóttir, Architects; Ojukai- Furukawa Architects
 Yamamoto, Nichido, Kawakami, Kurahara
 1992
 research facilities for animal husbandry
 C+S+W
 038 93 / 7.303.02

Главный элемент-это решение пластически адаптированного архитектурного объема и основной пример устранения технических противоречий –создание такой архитектуры, которая бы полностью сливалась с ландшафтом.

1



73

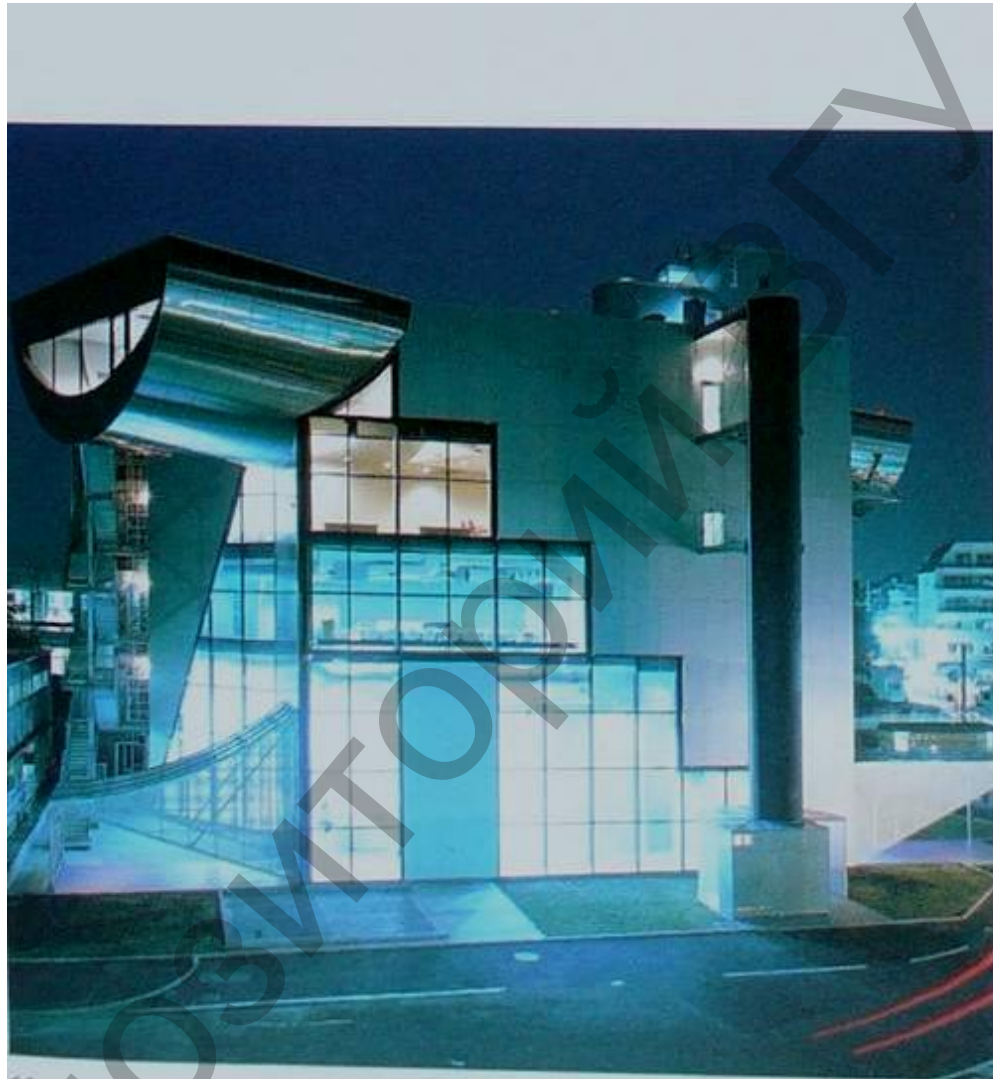
1. Tokyo Sea Life Park
2. Taniguchi and Associates
3. Hazama, Toa, Kokune, Nakazato JV
4. 1989
5. Aquarium
6. SRC+RC+S
7. 11,129 / 14,772
8. Tokyo

Третий пример – Японская архитектура на полстолетия обогнала старую дряхлеющую Европу и стала символом грядущих изменений в дизайне предметно-пространственной среды.



79

1. Kihoku Astronomical Museum
2. Takasaki Masaharu Architects
3. Punta-Ocean, Haruzono JV
4. 1995
5. Observatory, community center
6. RC
7. 425.54 / 427.60
8. Kagoshima

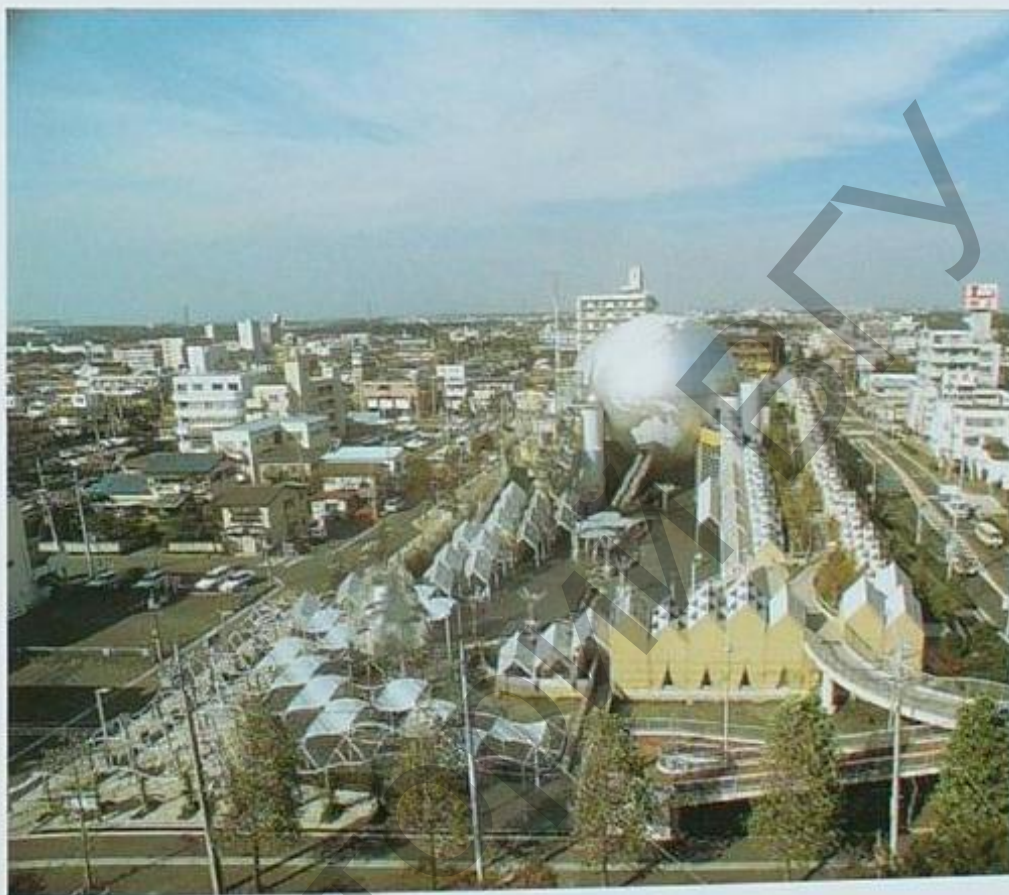


- 11
1. Tokyo Institute of Technology Centennial Hall
2. Kazuo Shinohara
3. Taisei, Obayashi, Kajima, Shimizu, Takenaka JV
4. 1987
5. School
6. BRC+S
7. 760.30 / 2,687.02
8. Tokyo



70

1. R-90 Takenaka Research & Development Institute
2. Takenaka Corporation Building Design Department
3. Takenaka
4. 1993
5. Research & development facilities, office
6. RC+SRC
7. 18,612.47 / 37,243.77
8. Chiba



69

1. Shonandai Cultural Center
2. Itsuko Hasegawa Atelier
3. Obayashi
4. 1989
5. Community facilities
6. RC+S
7. 2,105.47 / 11,028.59
8. Fuisawa, Kanagawa

Материалы для семинаров:

- Сущность и понятие технического противоречия в теории изобретательского творчества.
- Правила технического творчества.
- Современные методики решения изобретательских задач.

Список использованной литературы

1. Аверинцев С. С. Символ // КЛЭ.-М., 1971.-Т. 6.
2. Акчурин И. А. «Новая фундаментальная онтология» и виртуалистика // Вопросы философии, — 2003. — № 9,
3. Алтухов В. Новое мышление — мышление в многомерном мире // Звезда Востока. - 1999. -№ 2.
4. Андреева Е. Проспект к выставке «Русский дизайн». — СПб., 1994.
5. Аронов В. А. Русский дизайн // Мир дизайна — 1990. — № 1 [14].
6. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья. — М., 1969.
7. Белинский В. Г. Петербург и Москва // Физиологические очерки. — №., 1984.
8. Бердяев Н. А. Русская идея // Вопросы философии.
9. Бодрийяр Ж. Система вещей. — М., 1995.
10. Борисовский Г. Б. Красота и польза в архитектуре. — М., 1975.
11. Гаврюшин Н. К. Аптитетика в концептуальных системах // Системные исследования. - М 1977.
12. Гизе. М. Э. — В начале было ремесло//Мир дизайна. - 1999. — № 1 [14].
13. Глазычев В. Л. О дизайне. — М., 1970.
14. Гоголь Н. В. Об архитектуре нынешнего времени. Собр. соч. в 6 т. — М., 1953, — Т. 6.
15. Голосовкер Я. Э. Логика мифа. — М., 1987.
16. Дизайн городской среды. Типологические аспекты // Труды ВНИИТЭ. Техническая эстетика. — 1984. — Вып. 44.
17. Иванов В. В. Очерки по истории семиотики. — М., 1976.
18. Каган М. С. Философия культуры. - СПб., 1996.
19. Каганов Г. 3. Некоторые следствия из оппозиции «среда — окружение */Теоретические проблемы дизайна. — М., 1979.
20. Кантор К. Правда о дизайне. — М., 1996.
21. Кармин А. С. Основы культурологии. — СПб., 1997.
22. Корольков В. И. Троп // КЛЭ. - М., 1972. - Т. 7.
23. Коськов М, А. Предметное творчество: В 3 кн. — СПб., 1997, — Кн. 2.
24. Лаврентьев А. Н. Стили и визуальные метафоры в дизайне // 25. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление // Хрестоматия по общей психологии. - М., 1981.
26. Леви-Строс К. Структурная антропология. — М., 1985.
27. Линч К. Образ города. - М., 1982.
28. Лола Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции. — М., 1998.
29. Лотман Ю. М. Альтернативный вариант: бесписьменная культура или культура до культуры// Семиосфера. — СПб., 2001.
30. Лотман. Ю. М. Динамическая модель семиотической системы // Семиосфера.-СПб., 2001.
31. Лотман М. Ю. Культура и взрыв//Семиосфера. — СПб., 2001.
32. Лотман Ю. М. Символические и несимволические культуры // Семиосфера. — СПб., 2001.
33. Лотман Ю. М. Феномен культуры // Семиосфера. - СПб., 2001.
34. Мазаев А. И. Праздник как социально-художественное явление. — М., 1978.
35. Мамардашвили М. К. Сознание и цивилизация// Природа. — 1988. — № 11.
36. Мелетинский М. Е. Поэтика мифа. — М., 1976.

- 37.Методика художественного конструирования: В 2 т. — М., 1983.
- 38.Методика художественного конструирования. Дизайн-программа. — М., 1987.
- 39.Мещанинов А. А. Образ компании. — М., 2001.
- 40.Мифы народов мира: Энциклопедия: В 2 т. — М., 1991, 1992.
- 41.Моргун Б. Ф. Многомерная монистская концепция развития личности // Психологические проблемы индивидуальности. — М., 1984. — Вып. 2.
- 42.Носов Н. А. Виртуальная психология. — М., 2000.
- 43.Носов Н. А. Манифест виртуалистики// Труды по виртуалистике. —2001. — Вып. 15.
- 44.Поршнева Б. Ф. О начале человеческой истории. — М., 1974.
- 45.Пригожин И. Философия нестабильности // Вопросы философии. — 1994.
- 46.Розин В. М. Виртуальная реальность как форма современного дискурса // Виртуальная реальность. Философские и психологические проблемы. — М., 1997.
- 47.Солопов П. Е. Виртуалистика и философия. — М., 2000.
- 48.Статьи по семиотике культуры // Труды по знаковым системам. — Тарту, 0-е-80-е г.
- 49.Табачникова Е. Б. Часы: социокультурная социология потребителя // Техническая эстетика. — 1988. — № 4.
50. Тернер В. Символ и ритуал. — М., 1983.
- 51.Топоров В. Н. Древо// Мифы народов мира: Энциклопедия. — Т. 1. — М., 1991.
52. Топоров В. М. Путь // Мифы народов мира: Энциклопедия. — Т. 2. — М., 1992.
- 53.Тульчинский Г. Л. Слово и тело постмодернизма // Вопросы философии. — 1999. -М10.
54. Флоренская О. Проспект к выставке «Русский дизайн
- . —55. Франк С. Л. Ересь утопизма // Родник. — 1989. — № 6.
- 56.Хан-Магомедов С. О. Две концепции стилиобразования предметно-пространственной среды: Конструктивизм и супрематизм (московская и витебская школы) // Проблемы стилевого единства предметного мира. — М., 1980.
- 57.Чучин-Русов А. Е. Новый культурный ландшафт: постмодернизм или неоархаика? // Вопросы философии. — 1999. — № 4.
58. Шагуров М. В. Виртуальная герменевтика // Труды по виртуалистике. — 2000. — Вып. 13.
- 59.Шпенглер О. Причинность и судьба. Закат Европы. — Т. 1, ч. 1 — Пб., 1923.
- 60.Шрейдер Ю. А. Сложные системы и космогонические принципы // Системные исследования. — М., 1975.
- 61.Эпштейн М. Н. Вещь и слово. О лирическом музее// Парадоксы новизны. — М., 1988.
- 62.Эпштейн М. Н. Заметки о культуре и современности // Парадоксы новизны. — М., 1988.
- 63.Юнг К. Г. Воспоминания, сновидения, размышления. — Львов; М., 1998.
- 64.Юсфин И. А. (Розенсон И. А.). Аттракцион — реликтовая форма развлечения// Техническая эстетика. — 1987. — № 3.
- 65.Юсфин И. А. (Розенсон И. А.). Человек для среды или среда для человека // Искусство Ленинграда. — 1989. — № 5.

Дополнительная литература:

1. Интерьер гостиной 104 проекта и идеи « Оформление домашних интерьеров », альманах, выпуск четвертый
издательский «ТРИЭН» М.: 1998г. 127 с.
2. Иттен И. Искусство цвета. М.: «Гелла-Принт». 2000.
3. PRO-дизайн №13 2004
4. Гісторыя беларускага мастацтва т.6
5. Мастацтва №8 2005
6. PRO-дизайн №13 2004
7. PRO-дизайн №6 2002
8. Программы дисциплин предметной подготовки по специальности 030800 изобразительное искусство и черчение
для педагогических университетов М. Флинта изд. Наука 2000.
9. PRO-дизайн
10. Основы композиции и дизайна мебели А.А. Барташевич, Л.Е. Дягилев, Р.М. Климин, Л.Г. Перелыгина Ростов на Дону 2004. «Феникс
учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Ростов на Дону «Феникс» 2004
11. PRO-дизайн №11 2004
12. PRO-дизайн №12 2004
13. PRO-дизайн № 14 2005
14. Салон-интерьер. М.: «ЭЙДОС» , 1999, №1
15. *Скэттергуд Э.* Спальни. М.: «Издательский дом «Кристина» 1997.
16. Соболев Н.Н. Стили в мебели. М.: «Издательский центр «Табурет», 2000.
17. Amerikanische Apartments. New York.: BPI Communications, 1998.
- 18 Rowlands P. Weekend houses. San Francisco: Chronicle books, 2000.
- 19 Stoeltie B., Stoeltie R. Country houses of England. New York: Benedict Tashen Verlag, 1999.
- 20 Tailor L. Design and decorate. London: New Holland Publishers, 1999.
- 21 Wedekinde B New York Interiors. New York Benedict Tashen Verlag, 1997.

Резюме

Предмет теория и методология дизайна в системе высшей школы еще только начинает складываться в стройную теоретическую дисциплину. Именно поэтому основой для составления лекций стали исследования коллектива преподавателей СПбГУКИ. Их опыт заслуживает самого пристального внимания и уважения в попытках объяснить саму проблему. Цикл лекций построен на последовательном введении базисных понятий и ответов на некоторые вопросы, являющиеся краеугольным камнем основ методологии дизайна, а также тестов после каждого раздела с выверенными характеристиками онтологии дизайна. Ввиду сложности самого текста как научной дисциплины его усвоение идет по спирали- от простого к сложному. Цикл лекций предусматривает постановку проблемы и попытку найти нетривиальное решение при чтении материала с тем, чтобы найти аналогии в литературных источниках по истории искусства, истории материальной культуры. Выход в практическое применение дисциплины всегда ставился под сомнение еще 1980 гг. когда были заложены фундаментальные понятия самой парадигмы дизайн-проектирования. Поэтому автор и составитель попытался найти ясный и логичный стиль изложения теоретического материала. Примеры из реальной жизни и фотографии проекта Витебского амфитеатра, студенческих работ по композиции лишь дадут повод конкретизировать текст.

Коротко об авторах и составителе курса лекций и их мнение о предмете изложения.

В основу курса вошли теоретические изыскания Санкт-Петербургских и белорусских ученых. Сам предмет – теория дизайна саморазвивающийся и нет сегодня уверенности, что это окончательная редакция этого сложного понятия. Опыт мировой цивилизации лучшее тому подтверждение. Любой предмет в обыденном обиходе видимо трансформируется вне зависимости от нашего взгляда на его сущность. Стоит ли нам задумываться, изменилась ли простая мотыга с периода египетской цивилизации и, какой вид она приобретет в будущем. В ней заложено узкая функция – взрыхлить землю.

Но такой сложнейший коммуникативный объект как язык общения – его формы и методы трансформации меняется почти непрерывно и никого уже не пугает понятие цифровое искусство, цифровой фотоаппарат. Способ передачи информации звуком самого голоса, его вибрация посредством голосовых связок и речь человека как непрерывный ряд звуков нашел в системе цифровой записи лишь общую методику фиксации. Заметим – методику, но не формы внешнего проявления. Следовательно, методом распространения самой речи является какой-то внутренний импульс, идущий изнутри человека, животного и т.д. Дизайн не пытается ответить на вопрос побудительного мотива самой речи, а исследует трансформации передачи самого сигнала и различные технические и технологические способы этих трансформаций, прибавляя к этим способам новые комфортные элементы с точки зрения потребительских функций будь то телефон Белла, или современный мобильный телефон.

Вообще само слово комфорт, понятие комфортно жить и конформизм как сложная этическая норма очень близки к дизайну. Комфорт – или стремление к улучшению быта является движущей силой дизайна. Любая ступень улучшения свойств какого либо явления жизни или даже более широко любой предмет на поверхности земли изменяясь прошел через такое сложное явление как дизайн, который стал нормой и социальным поветрием XX века – загадочным мифом культур во всем мире. Именно поэтому обосновать теорию дизайна и дать развернутую методологию исключительно сложная задача. Предпочтительно в высшей школе дать общие понятия, дать импульс к самостоятельной логической беседе между преподавателем и студентом, чем создание застывшей теории и догматизма. Первым теоретиком все таки можно считать Иммануила Канта. Он как-то раньше всех обратил внимание на все процессы, происходящие вокруг нас. Природа такого любопытства вообще необъяснима. Как нельзя школьнику объяснить теорию Эйнштейна и Дарвина. Он схватить лишь верхний слой информации, но не его сущность. А теория – это строго говоря логическая цепочка рассуждений, которая упирается в строгую формулировку. Так и только так есть, так и только так будет. Временной континуум теории **неограничен ни во времени, ни в пространстве**. А история знает тысячи примеров ниспровержения той или иной теории. Следовательно, любая теория лишь повод как-то объяснить то или иное явление на каком-то отрезке времени другому человеку, причем ее лучшая форма изложения четкие доказательства, идущие от эмпирического опыта. Нет опыта, нет и теории, а лишь попытка как-то перефразировать чужие мысли и дела. Добиваться от молодого человека философски осмыслить дизайн с точки зрения его эмпирического опыта тоже абсурдная идея. Его слишком мало, да и нет в этом острой необходимости. Видимо прав профессор В.Ф. Рунге в предисловии к учебнику под своей редакцией, что данная дисциплина изучается на старших курсах. Немного проще дает рекомендации по поводу изучения И.А. Розенсон, учебник которой является основой для данного курса лекций. Итак вы все изучили, во всем разобрались и стали самостоятельно раскладывать по «полочкам весь свой теоретический багаж» Что еще вы смогли бы добавить к определению роли дизайна в отношениях человека с миром? Задает вопрос И.А. Розенсон в самом конце книги «Основы теории дизайна» Какой хороший вопрос, да еще в конце книги. А может с этого стоит начинать? Речь идет не о профессии, которой овладеет тот или иной специалист, а о деятельности преобразующей

мир вообще! На наш взгляд попытка как-то укрупнить проблему понимания дизайна как мирового феномена во всех сферах жизни удалось только в США. Термином или профессиональным названием - дизайнер они довольно давно уже называют любого мало-мальски репродуктивно-мыслящего специалиста, будь-то специалист в области фотографии или физик –ядерщик и это обстоятельство никого не удивляет, а скорее наоборот дает повод говорить о сильном внедрении методов дизайнерского проектирования во всех звеньях репродуктивной деятельности человека. Введение самого вида деятельности ДИЗАЙН во все звенья социальной жизни человека создает благодатный фон для создания какой-то новой профессии вообще.

В мире можно насчитать едва ли не более полутора сотен ведущих специалистов в сфере дизайна. Как правило и хороших теоретиков и тонких и наблюдательных специалистов. Это и Вальтер Гропиус, с которого можно начать отсчет изучению дизайна и молодые специалисты в области телеанимации из Голливуда, создавшие подлинные шедевры хорошего и продуманного дизайна при постановке фильма. Вот диапазон всех сфер дизайна. Космические аппараты, атомные подводные лодки, суперавтомобили, полиграфия, весь спектр промышленных товаров, телекоммуникации, в общем, все, что конкретно нуждается в усовершенствовании можно сегодня с полным правом назвать **современным дизайном**.

Составитель: Горбунов Игорь Васильевич

кандидат искусствоведения

Доцент кафедры ДПИ ХГФ УО ВГУ им. П.М. Машерова

Репозиторий ВГУ