



Уральский
федеральный
университет

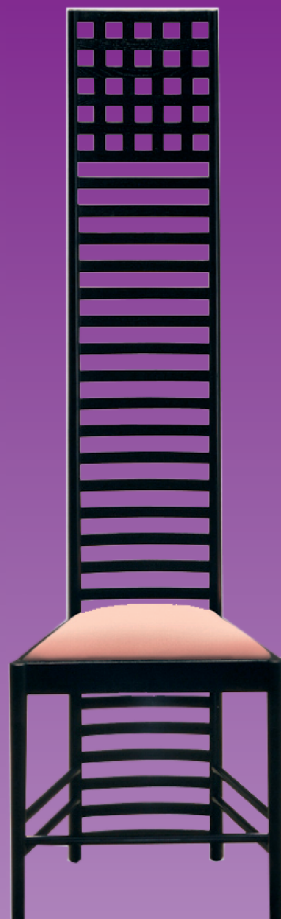
имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

Институт
гуманитарных
наук и искусств

Т. Ю. БЫСТРОВА

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие



Министерство образования и науки Российской Федерации

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

Т. Ю. Быстрова

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методическим советом УрФУ
для студентов, обучающихся по программе
магистратуры по направлению
подготовки 072500 — Дизайн

Издание второе, переработанное

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2015

УДК 7.012(075.8)

ББК 30.18я73

Б95

Рецензенты: кафедра философии Томского политехнического университета (зав. кафедрой д-р филос. наук, проф. *А. А. Корниенко*);

канд. пед. наук, доц. *М. В. Панкина* (Урал. гос. проф.-пед. университет)

Научный редактор — д-р филос. наук *С. Е. Вершинин*

На обложке использованы фотографии стульев, дизайнеры Е. Кудрявцев, Ч. Р. Макинтош

Быстрова, Т. Ю.

Б95 Философия дизайна: учеб.-метод. пособие / Т. Ю. Быстрова. — 2-е изд., перераб. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. — 128 с.

ISBN 978-5-7996-1559-8

Курс «Философия дизайна» читается в магистерских программах «Графический дизайн» и «Neoindustrial human design» УрФУ. В нем даются основные характеристики и категории дизайна как вида проектной творческой деятельности, главной целью которого является гармонизация среды обитания человека. В пособии предлагаются базовые теоретические положения, тестовые задания, контрольные вопросы, фрагменты методологически-значимых текстов теоретиков и практиков дизайна.

Адресовано студентам и аспирантам творческих, проектных, гуманитарных специальностей, а также специалистам-дизайнерам.

Библиогр.: 26 назв. Табл. 3. Прил. 1.

УДК 7.012(075.8)

ББК 30.18я73

ISBN 978-5-7996-1559-8

© Уральский федеральный университет, 2012

© Уральский федеральный университет, переработка, 2015

ВВЕДЕНИЕ

В предлагаемой версии курс «Философия дизайна» предназначен для магистрантов, обучающихся по программе «Дизайн». Целью курса является формирование профессионального категориального аппарата, овладение на его основе навыками концептуального проектирования, а также анализа теории и практики разных видов и направлений современного дизайна. Это поможет магистранту при разработке собственной исследовательской темы, написании научных статей, формулировании проектных концепций и экспертной оценке существующих продуктов дизайна. Для более эффективного усвоения содержания курса «Философия дизайна» предварительно необходимо получить начальные знания об этапах развития дизайна, персоналиях, школах дизайн-образования, законах композиции и формообразования, стилевых направлениях.

Философский характер дисциплины предполагает выведение наиболее общих закономерностей дизайна: морфологических, проектных, ценностных, коммуникативных, эстетических. В свою очередь, они позволяют объяснить, как появляется продукт дизайна, какие черты, приемы и ограничения делают его именно дизайнерским, — а значит, понять границы профессии дизайнера, занимаясь собственной творческой деятельностью.

Соотношение теории дизайна и философии дизайна

Как изучать дизайн, каким образом дизайнер может осмыслить свою деятельность? Путей два. Английский исследователь И. Лакатос, говоря об истории развития любой научной дисциплины, называет их внутренним и внешним. Можно рассматривать закономерности и отдельные феномены внутри изучаемой области, включая ее эволюцию, историю, персоналии. Такого рода замыкание на себя — обязательный момент любой саморефлексии. Оно сопровождается погружением в эмпирический опыт, обобщением фактов, осмыслением практических шагов. Это уровень *теории дизайна*.

Можно идти, так сказать,вширь, придавая каждой проблеме не узкоспециализированное, а максимально объемное звучание: например, включить разговор о форме в дизайне в контекст проблемы формы как таковой или рассмотреть проблемы дизайнерского творчества в контексте общенаучных представлений о творческом процессе. Это позволяет воспользоваться уже существующими наработками о других областях предметной деятельности, а также определить социальное, культурное место дизайна, его своеобразие и уникальность. Здесь данными отдельно взятой теории не всегда возможно обойтись. Происходит выход на более высокий уровень обобщения, выдвижение гипотез. На этом пути, при выполнении процедуры идеализации, до некоторой степени меняется объект изучения, пусть даже и определяемый тем же понятием «дизайн» или «проектирование»: фиксируемые в опыте свойства обобщаются до своего предельного значения. Мышление создает качественно новый объект, чьи свойства не могут быть наблюдаемы, а существенные черты ярче выявлены. Это путь *философии дизайна*.

Теоретический уровень ближе к проектной практике. Он — более прикладной, более конкретный и позволяет в ряде случаев использовать опытные данные, обобщать их. Войти сюда непрофессионалу, человеку со стороны, пусть даже ис-

кренне заинтересованному, довольно затруднительно, поскольку «кухню» и «секреты мастерства» любые специалисты предпочитают охранять, как зеницу ока. Сегодня здесь, на уровне профессионального повседневного мышления дизайнеров, очевидна подмена эмпирического знания опытным, теории — набором навыков и технологий проектирования, их отождествлением. Опасения по поводу сохранения «чистой» практики понятны, можно что-либо не разглашать по соображениям конкуренции, ведь в современной культуре владение передовой технологией зачастую дает видимость успеха, по крайней мере, коммерческого, и, по крайней мере, на короткое время. Настороженность практиков в отношении теории не совсем ясна: даже будучи заимствованной, она представляет собой вид знания, реализуемый через индивидуальное понимание и интерпретацию. В сфере технологии «подглядеть» — значит стать конкурентом, в сфере теории — стать единомышленником или оппонентом. Без взаимодействия с ними ни один человек, включая дизайнера, не в состоянии развиваться.

Несмотря на довольно значительное количество практиков, приветствующих занятия теорией и проявляющих к ней интерес, в первом приближении можно констатировать относительную замкнутость дизайна, в отдельных случаях приводящую к полному изоляционизму (в повседневной жизни это звучит, как «мы все сделаем сами и без вас»). Однако вопросы методики проектирования, креативности, дизайнерской эвристики, композиции, цветоведения, психологии восприятия не являются прерогативой одной профессии; очень близкими к ним проблемами занимаются теоретики архитектуры, прикладные эстетики, психологи, представители «новых» специальностей — от мерчандайзинга до имиджологии. Здесь необходима как «внутренняя» работа, так и междисциплинарные исследования, выработка навыков межпрофессионального взаимодействия. Специфика проектной деятельности зачастую приводит к тому, что именно дизайнер отчетливее других представляет проект в целом, что почти автоматически дела-

ет его координатором действий других специалистов. Теория дизайна может быть тем вербальным и предметным полем, на базе которого формируются технические задания другим участникам проекта: социологам, маркетологам, конструкторам, технологам.

Сообразно этому совершается и «оправдание» теории. В первом случае от нее требуется главным образом практическая полезность, во втором — она приращивает теоретическое знание. Оба пути взаимосвязаны: так, задавшись вопросом «кто я?», человек одновременно смотрит в себя и соотносит себя с другими людьми.

Философский уровень ближе к личностному поиску, к определению себя в профессии. Он позволяет увидеть в отдельном продукте дизайна синтез технологических и формальных находок различных эпох и культур, оценить собственные креативные ходы «в свете будущего», связать дизайнерскую форму со всей совокупностью антропологических и социокультурных знаний о человеке-адресате дизайна. Еще одной важнейшей возможностью этого уровня осмысления является выведение новых характеристик дизайна как деятельности, чрезвычайно быстро меняющей свои границы и инструментарий.

Будучи обычно достаточно далеко разведенными друг от друга в учебном процессе как дисциплины бакалавриата и магистратуры, две этих области размышлений о дизайне тесно переплетаются на практике и в сознании отдельного человека. Критически оценивая собственный эскиз, рано или поздно можно задаться вопросом о том, каковы механизмы возникновения дизайнерского замысла или особенности воплощения идеи в реальность. Как правило, решение частных проблем требует в качестве основания более широкой, определенной базы: мировоззренческие вопросы в чем-то предваряют размышления над более конкретными задачами, хотя далеко не каждый человек и не в каждом случае прослеживает эту связь.

Серьезного профессионала всегда интересует, какими приемами и инструментами он владеет, какие из них необходи-

мо использовать для достижения успешного результата, какие потребуются в будущем. Даже то, что найдено интуитивно или случайно, необходимо рационализировать, осмыслить для того, чтобы в следующий раз воспользоваться им самому или передать другим людям. Здесь могут родиться как четкие предписания, вплоть до последовательности ходов, так и некие общие установки, подобные тем, что выработаны ведущими школами и направлениями дизайна XX в. — русским конструктивизмом, «Баухаузом», компанией Olivetti. Те и другие в равной степени ценны, и их роль — как и роль любых методик — на протяжении последних 50 лет становится все значительнее, а интерес к ним непрерывно возрастает.

Собственно, они и есть главный и неразменный капитал дизайнера, именуемый как его жизненная и профессиональная философия.

Трудности в освоении содержания курса «Философия дизайна» связаны с рядом обстоятельств, представленных ниже.

1. Интегративный характер курса, требующий как освоения материалов, привлеченных из других гуманитарных дисциплин, так и четкого осознания границ философии дизайна и ее предмета. Необходимо научиться видеть в каждом поднимаемом вопросе закономерность его появления в рамках курса и связь с проблемами дизайн-проектирования. В особенности это касается проблем эстетического сознания и эстетических ценностей, восприятия дизайн-продукта, проблем техники и технологии в дизайне. Только видение дизайна как одного из видов проектного мышления, одной из частей предметного мира позволяет выделить универсальные черты и закономерности, обеспечивающие философский характер изучения.

2. Небольшое число философских работ по проблемам вещи, предметного мира, законов его создания и т. п. Это может показаться преимуществом, поскольку многие предметные области не разработаны в полной мере и дают возможность интенсивного научного поиска. На деле отсутствие фактографической базы порождает значительные трудности. В самостоя-

тельном освоении столь гигантской культурной территории, какой является современный дизайн, требуется системность, определенная методологическая база. Приводимые нами ниже фрагменты тщательно отобраны из лучших работ по дизайну и помогут в освоении курса.

3. Относительно небольшое количество профессиональной литературы и совершенно незначительное — источников по философии и теории дизайна, вовремя издаваемых, адаптированных для современных студентов, не всегда представляющих реальный процесс дизайна на мировом, российском, региональном уровнях. Обилие популярных книг, зачастую имеющих рекламный или субъективный характер, затрудняет дорогу системному последовательному размышлению.

4. Молодость теории и философии дизайна, порождающая терминологическую путаницу. Отсутствие развернутой системы категорий и неясность их содержания отягощаются переходом науки в конце XX—начале XXI вв. на этап постнеклассического развития. В подавляющем большинстве научных дисциплин категориальный аппарат разработан веком раньше и продолжает использоваться до сегодняшнего дня, порой с новым смысловым наполнением. Ровесник XX века, дизайн не успел пройти этот путь, и его базовые понятия далеко не всегда имеют четкое содержание.

Категориальный аппарат курса

Наиболее адекватной методологической основой решения вопросов философии дизайна, с нашей точки зрения, выступают культурология и философия. Эти отрасли знания предполагают рассмотрение дизайна и его продуктов в системе культуры. Их категориальный аппарат делает возможными постановку и решение более частных проблем: природы проектирования, границ и сущности дизайна (в его сравнении с искусством, архитектурой, декоративно-прикладным искусством, коммуникативными и арт-практиками), специфики предметности, закономерностей

проектного мышления, свободы творчества дизайнера и художника в социокультурных обстоятельствах начала XXI в. Сегодня многие «рабочие» термины дизайна — «проект», «морфология», «стилизация», «концепция», а также близкие к ним, но пришедшие из других областей деятельности — «образ», «функция», «мода», «коммуникация», в силу частоты словоупотребления и относительно малой степени теоретической разработанности доведены до состояния содержательного и смыслового истощения. Ими оперируют глянцевого журналы, просветительские передачи, сами практики и теоретики, не выводя, не основываясь и не связывая с ними точного специализированного смысла, например не отличая образ в дизайне от образа в искусстве или имиджмейкинге. Другой особенностью эмпирического в своей основе мышления дизайнера становится неумение связывать между собой отдельные стороны какого-либо явления: так, говоря о моде, специалист по рекламе чаще всего имеет в виду персоналии и тренды модной индустрии, а проектировщик — факт сменяемости форм, конструкций, технологий. При этом оба упускают из виду ценностную, экономическую, мировоззренческую, образно-морфологическую стороны модного процесса, что затрудняет их профессиональное общение. Наличие гибкого, диалогичного, лишенного консерватизма и предвзятости мышления у дизайнера становится обязательным условием достижения творческих и профессиональных высот, а также продуктивного взаимодействия с представителями смежных профессий.

Молодость дизайна делает дискуссионными очень многие его характеристики и критерии. Отношение среднестатистического обывателя к дизайну всегда было и есть чуточку настороженное и предвзятое и, видимо, для этого есть основания. Виктор Папанек, американский дизайнер, начинает свою книгу «Дизайн для реального мира» (1984) замечательной фразой о существовании «более вредных профессий, нежели промышленный дизайн», которых «совсем немного», и далее говорит об электрических расческах и коробках для файлов, украшенных стразами. Подобное отношение, как мы видели, встречается и у других лю-

дей — как профессионалов, так и тех, кому адресована продукция дизайна. Даже весьма серьезные исследователи позволяют себе иронично подчеркивать оригинальность и как бы надуманность дизайна. «Если у кресла подлокотники в три раза выше сидения и удержаться на нем можно только под воздействием силы тяжести, то это кресло называют дизайнерским; если кофемолка из-за изысков формы не способна функционировать, поскольку при работе выскальзывает из рук, то наверняка мы имеем дело с дизайном», — указывает современный немецкий автор¹.

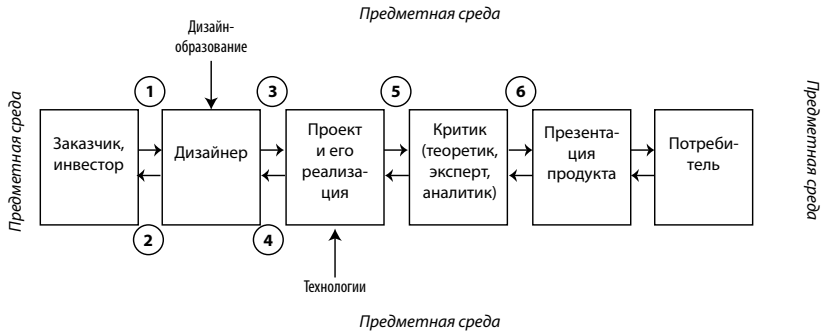
Поэтому особое внимание в темах для дискуссий и докладов уделено аксиологическим проблемам, обострившимся за последние 30–40 лет в связи с отказом от ценностных конвенций, преодолением жестких оценочных оппозиций в подходе к продуктам дизайна и искусства, модой на цитирование стилевого и формального материала предшествующих эпох, рыночными обстоятельствами деятельности дизайнера. Наряду с освоением основных понятий философии дизайна, это требует от специалиста—дизайнера историко-культурных знаний и наличия собственной мировоззренческой позиции. Выработать ее помогает курс «Философия дизайна».

Основные проблемы курса

Первый шаг по упорядочиванию философско-методологических представлений о дизайне можно сделать, представив его как открытую профессиональную и социокультурную

¹ Gänser U. Realismus oder Design: Aufsätze zur Kunst und Politik. Bd. 2. F.a. M., 2000. S. 197. Следует заметить, что в дальнейшем это приводит автора к неоправданно-расширительному толкованию дизайна как «Machtmachine» (машины власти), как «института по манипулированию общественным сознанием» и т. п. Восприятие формы предметов только как внешней формы часто сопрягается у представителей подобного подхода с поиском социально-экономических, социально-политических истоков дизайна, трактовкой его не как самобытного культурного феномена, а как орудия и инструмента в руках власть придержащих. Тогда дизайном становится не предметная деятельность, а моделирование общественных отношений и даже организация политических выборов. Для нас такая трактовка в корне неприемлема.

систему по проектированию и изготовлению промышленным способом продуктов, имеющих определенные функционально-эстетические характеристики². Дизайн как система с разной степенью обязательности включает в себя следующие элементы: заказчик, формулирующий потребность в продукте; инвестор; дизайнер или группа дизайнеров; проект и его реализация; критик (теоретик, эксперт, аналитик), оценивающий продукт дизайна; презентация продукта; потребитель (см. рисунок). Исходя из такого представления можно выделить шесть блоков вопросов, составляющих своеобразный стержень курса «Философия дизайна» на уровне содержания и прикладного значения.



Анализ предпроектной ситуации. Речь идет об исследовательской работе, предворяющей проект, ее объеме, методиках сбора, систематизации и анализа материала, часть которого предостав-

² Взгляд на дизайн как совокупность или систему распространен в англоязычной литературе, хотя дефиниции могут выглядеть расплывчатыми и ничего не говорить о технической стороне либо условиях промышленной реализации проекта. «Дизайном с большой буквы» в начале 1980-х гг. ученые Королевского колледжа искусств Великобритании обозначали «совокупный опыт материальной культуры и совокупный массив опыта, навыков и понимания, воплощенный в искусстве планирования, изобретения, создания и исполнения» (Уральская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров в Свердловском архитектурном институте: методические материалы / ВНИИТЭ. М., 1989. С. 9).

ляет заказчик. Дизайнер изучает ситуацию под разными углами зрения — социальным, социокультурным, экономическим, технологическим, климато-географическим, модным и т. п., не дифференцируя и порой даже не обозначая эти области.

Обращаясь к данным различных дисциплин, дизайнер: а) по мере необходимости встраивает их в собственный дискурс, а не «растворяется» в этих дисциплинах, у каждой из которых есть свой предмет изучения, свои методы и методики; б) усваивает новую информацию из сферы деятельности, которую в данном случае «обслуживает» дизайн (транспорт, городская среда, медицина, детство, образование, музей, культура книги и т. п.); в) четко осознает интегративный характер своей деятельности, обеспечивающий органическое включение новых блоков материала в проектный дискурс; г) в ряде случаев становится координатором проекта в силу фокусировки на его проектные нужды большинства проблем, что вдобавок требует от него минимального владения лексикой смежных сфер знания и умения сформулировать техническое задание специалистам других профессий. На этом этапе дизайнеру необходимо владеть такими понятиями, как «цель проекта», «предмет», «вещь», «система», «функция» и т. п., без которых он не сформулирует проектное задание и не сможет начать создавать форму будущего изделия.

Коммуникативные проблемы, связанные с ними технологии работы с заказчиком, которого слушают, но в ряде случаев не слышат. На протяжении всего процесса проектирования дизайнер сотрудничает с заказчиком, опираясь на личный опыт и «советы бывалых». Какой-либо теории профессиональных коммуникаций пока нет, несмотря на жгучую потребность в повышении эффективности этого процесса. В условиях, когда на непонимание жалуются все участники процесса дизайна, разработка подобного раздела может происходить только на базе культурологического знания, исследующего общение, современные нравы, практики повседневности.

Проблемы определения *методов дизайн-проектирования* и работы с ними. Профессионалу необходимо уметь фикси-

ровать мысль на собственных методах проектирования. Если этого не случается, мы имеем либо обширный проектный инструментарий без навыков его целенаправленного использования, либо спонтанное проектирование. Знание существующих и целенаправленный поиск новых методов отличает дизайнера от ремесленника, обеспечивает осознанную креативность.

Проблемы *композиции*, формообразования, выразительных средств дизайна — своеобразный «язык» проектирования, основы которого фундаментально проработаны еще в 1920-е гг. У специалистов по проектированию, особенно в коммерческой сфере, наиболее распространенным недочетом мыслительных операций в рамках проблем данного блока является абстрагирование от человека, которому предназначен продукт, рассмотрение цветовых, эргономических, композиционных характеристик как чего-то внешнего и объективного, раз и навсегда данного. На деле все показатели и критерии представляют собой обобщение эмпирического опыта восприятия человеком предметной среды. Мышление специалистов-гуманитариев помогает преодолевать этот недостаток.

Проблемы *презентации* продукта и *самопрезентации* исполнителя. В условиях всеобщей капитализации для того, чтобы быть конкурентоспособным, нужно уметь придумать название проекту или фирме, сформулировать несколько убедительных фраз для пресс-релиза. Презентация продукта все чаще становится самостоятельным этапом деятельности дизайнера или коллектива, проводится с использованием компетенций специалистов по связям с общественностью и рекламе. Такая деятельность будет успешной и эффективной при знании системы ценностей, установок аудитории, навыков аналитического мышления в совокупности с умением обозначить эстетические, формальные и функциональные достоинства продукта дизайнера³.

³ Ср. из интервью автора с Петером Цеком, Президентом ICSID: «—Требуется ли продукту дизайна особая атмосфера для презентации или он все совершает сам? — В принципе хороший продукт можно представлять везде, но, конечно, гораздо лучше делать это в специально отведенном пространстве» (журнал «ЛеТабуре». 2006. июль-август).

Проблемы *дизайн-критики и объективной экспертной оценки продукта дизайна*. Разнообразие проектных практик и способов участия дизайна в социокультурной жизни общества делает необходимыми компетентную оценку, объективный анализ дизайн-продукта. На этой основе можно в дальнейшем формулировать представления о востребованном дизайне. Описания здесь явно недостаточно, приемы, пришедшие из искусствоведения, помогают, но не исчерпывают задач критики дизайна. Для выработки собственного инструментария необходим понятийный аппарат культурологии, философии, других гуманитарных дисциплин. Только в этом случае рекламное сопровождение дизайнерских разработок будет иметь необходимый объем и обеспечит конкурентное преимущество.

Каждый из названных блоков проблем может разрабатываться в магистерской диссертации применительно к конкретной теме, выбранной студентом, с опорой на источники не только по философии и теории дизайна, но и по другим гуманитарным дисциплинам. Это делает дизайн-проект более убедительным и концептуально-целостным.

Обширный ряд приведенных выше вопросов необходимо как-то структурировать. В этом случае студенту проще понять, какие именно разделы курса помогут ему при написании дипломной или диссертационной работы. Для этого проблематика различных отраслей философского знания может быть спроецирована на дизайн. Не претендуя на всеохватную разработку, можно наметить пути движения образовательной и исследовательской мысли в области философии дизайна⁴.

Онтология как учение о бытии подразумевает постановку фундаментальной проблемы природы и сущности объекта — дизайна и близких ему видов эстетической творческой деятельности, в первую очередь — искусства. Что представляет собой дизайн и его продукт, каковы смысл, закономерности и детерминанты развития, взаимосвязи элементов, харак-

⁴ Подобным путем идет В. Ученова в единственной в своем роде работе «Философия рекламы» (М., 2003).

терные черты отдельных видов дизайна — вот вопросы этого раздела. При любой парадигме онтология стремится вывести и в какой-либо форме систематизировать ключевые понятия, показать их взаимосвязь. Сегодня к числу таких понятий можно отнести термины «проектная культура», «проектное мышление», «художественное конструирование», «художественное проектирование», «проектировщик (дизайнер)», «творчество», «продукт дизайна» и др. Постановка понятия «дизайн» в качестве основания их рассмотрения обеспечивает системность и методологическую последовательность анализа, преодоление фрагментарности и субъективизма трактовки, позволяет проанализировать субстанциальные характеристики дизайна.

На наш взгляд, эти характеристики заложены в определении дизайна, данном американским теоретиком Т. Мальдонадо в 1964 г. (см. Тест № 1, п. 5). К ним относятся наличие структурированной и функциональной формы, выполненной в соответствии с четко обозначенным замыслом (идеей); ее выполнение промышленным способом, при котором тираж способствует снижению себестоимости изделий; целостность предлагаемого решения, в конечном счете обеспечивающая его эстетический уровень.

Очень актуален вопрос разработки гибкой динамичной теоретической модели дизайна как вида мышления, деятельности и социального института, позволяющей не только переосмыслить прошлый опыт, но и *прогнозировать* будущие проблемы и тенденции, т. е. перестать жить одним днем, одновременно не теряя связи с реальной практикой и ее сложным контекстом. Для молодых специалистов эти вопросы имеют мировоззренческое значение, помогают осознать себя, наметить жизненную траекторию.

Онтологически — а не только психологически — можно подойти к исследованию процесса дизайнерского творчества. Дизайн и близко находящаяся к нему архитектура связаны с рождением предметности, появлением того, чего прежде не было и что представляет собой овеществление определенного,

четко сформулированного замысла. Эти процессы настолько таинственны и глубоки, что порой их проще обойти, чем уделить им должное внимание. Отсюда известная описательность философских работ, посвященных онтологии творчества вообще, а также в дизайне или архитектуре в частности. Объяснив себе или другим алгоритм возникновения рационально-организованной предметной формы с учетом антропометрических и эргономических данных, стереотипов и вкусов потребителей, технологических и финансовых ограничений, дизайнер становится профессионалом, способным передать свой опыт следующим поколениям специалистов. В этом своем аспекте философия дизайна обеспечивает преемственность знаний.

В онтологическом разделе философии дизайна широкие вопросы могут быть сужены и конкретизированы до максимально частных: закономерности отдельных, уже названных элементов дизайна; историческое начало дизайна; сравнительный анализ с другими феноменами культуры; экологическая проблематика — с точки зрения роли дизайна в природных процессах; анализ отдельных элементов дизайна, а также исследование тех или иных функций дизайна. Этот ряд вопросов связан с большинством тем магистерских диссертаций и теоретических работ. Например, тематика работы по музейному дизайну предполагает анализ взаимосвязи экспоната/артефакта и предложений по формированию музейной коммуникации, исходящих от дизайнера; изучение сферы социальной рекламы невозможно без понимания функций дизайна и т. д.

Гносеологический аспект философии дизайна представлен несколькими блоками вопросов. С одной стороны, это рассмотрение дизайна и его продуктов как носителей определенного знания, аккумулирующих культурный опыт человечества в целом и конкретного творца. Здесь можно ставить и решать проблемы семиотики продуктов дизайна, их духовно-содержательной наполненности. Создавая мебель или шрифт, дизайнер волей-неволей вступает в контакт с культурным наследием. Возникает задача определиться в своем отношении к нему,

понять, что происходит с уже существующими формами в новом продукте. Если они воспроизводятся слишком ревностно, то это может свидетельствовать о несамостоятельности профессионала; если они используются бездумно (как, например, часто бывает с орнаментами и социокультурными символами), то это может выглядеть как оскорбление той или иной культуры, эпохи, народа.

С другой стороны, сегодня особенно необходимо детальное изучение методов мышления, методов проектирования дизайнера, т. е. инструментария, необходимого для создания продукта. Дизайнерское мышление уникально по своей активности и насыщенности, но каково соотношение в нем когнитивного и чувственно-эмоционального начал, системного и спонтанного, репродукции и инновации? Наконец, это проблемы социологического, культурологического, эстетического анализа, оценки и экспертизы дизайнерской деятельности, почти полностью отсутствующие сегодня в теории.

Антропологическая проблематика, на наш взгляд, наиболее актуальна для современной философии дизайна. И связано это прежде всего с недостаточной разработанностью системной и гибкой модели человека — как творца, так и адресата дизайнерской деятельности. Как ни странно, человек — зачастую наиболее абстрактная величина в проектировании. Непосредственно заимствовать представление о человеке из какого-либо философского подхода невозможно, там, как правило, слишком высок уровень обобщений, как того и требует природа философского знания. Зато философская антропология способна помочь расставить акценты: что главенствует в человеке в данном конкретном случае — природное или социальное начало, устремленность в прошлое или в будущее, индивидуальное или типическое, вплетенность в практику или стремление к ее бесстрастному анализу. Без такой мировоззренческой базы трудно осуществлять выбор остальных показателей и создавать гуманный дизайн, ибо критерии отбора диктуются в этом случае внешними обстоятельствами, а не действительными нуждами

человека. Апеллируя к моделям, разработанным специалистами прикладных наук — психологами, медиками, эргономистами, дизайнеры не всегда добиваются адекватности понимания тех, кому предназначены результаты их труда, потому что получают в основном количественные показатели, а существующие качественные трудно сразу встраивать в проект, они нуждаются в адаптации, чаще всего кончающейся nepозволительным упрощением. В итоге слишком часто люди вынуждены приспособливать себя под существующий продукт, а не наоборот, что свидетельствует о недостаточности антропологических исследований внутри самого дизайна. Конечно, идеального, раз и навсегда данного решения быть не может — слишком широк спектр потребностей и задач, которые обслуживает дизайнер. Вероятно, нужно хотя бы наметить границы подхода, проанализировать соотношение необходимых и достаточных элементов требуемой модели человека применительно к разным задачам, разным сферам дизайна, а также сформировать у студента навыки разработки подобных моделей в ходе будущих проектных решений.

Проблематика *философии культуры* — это прежде всего исследование социокультурных детерминант дизайн-деятельности и ее продуктов, анализ современной культурной ситуации, исследование проблем творчества. Философия культуры задает принципиально новый подход к изучению даже, казалось бы, хорошо известных вопросов, поскольку главным ориентиром становится система ценностей человека, то есть не только «что», но и «как». Здесь гарантирована имплицитная включенность человека в любую проблему, а он сам перестает быть абстрактной величиной. Кроме того, философия культуры отличается стремлением к разработке целостных моделей отдельных этапов развития, позволяющих проследить и объяснить причинно-следственные связи, прежде просто констатируемые.

Добавка «в культуре» — «вещь в культуре», «тело в культуре», «социокультурная обусловленность» — вовсе не механический довесок в угоду гуманитарной моде. Она предпола-

гает учет всей множественности факторов, сопровождающих процесс проектирования и реализации продуктов дизайна, и их фокусировку на интересах и ценностях конкретных людей. Понимая специфику каждого отдельного этапа развития культуры, мы делаем невозможными схематичные проекции конкретно-исторических характеристик дизайна, предположим, 1920-х гг. на решения, к примеру, 2010-х гг. Формы эпохи покорения космоса, естественно, отличаются от форм периода «устойчивого развития» — не только из-за развития технологий, но прежде всего из-за смены социального запроса на дизайн, смены ментальности и системы ценностей. Тем самым от констатации формальных особенностей предметной среды мы переходим к *пониманию* истоков ее возникновения, от схем — к изучению живой реальности дизайна. Особенно актуальным этот исследовательский поворот является для тех мест теории, где формальный подход давно себя исчерпал: проблемах авторства, стилеобразования, социальной востребованности дизайна и т. д.

Эстетический компонент современного дизайна — поле разнообразных и не всегда продуктивных дискуссий, заканчивающихся, как правило, вынесением узкосубъективных суждений со стороны заказчика, критика или потребителя. Коммерциализация печатных изданий привела сегодня к практически полному исчезновению объективной аналитики эстетических достоинств и недостатков. В советский период Всесоюзным научно-исследовательским институтом технической эстетики (ВНИИТЭ) разрабатывались рекомендации и методики эстетической оценки отдельных видов дизайн-продукции. Старые рекомендации ушли и забыты, новые не появились, спрос на продукты дизайна растет, конкуренция вкупе с низким уровнем эстетического и художественного сознания как создателя, так и заказчика снижает уровень отечественного дизайна. Без эстетических разработок общетеоретического и прикладного характера, их внедрения в образовательный процесс этот кризис преодолеть почти невозможно.

Трудности представляет и сосуществование двух-трех эстетических систем в ментальности современного человека, когда оценки совершаются под влиянием традиционной эстетики, включающей этнокультурную, региональную, национальную систему ценностей; классической эстетики, как правило, усвоенной в ходе получения образования; неклассической (и постнеклассической) эстетики, во многом обуславливающей практику современного формообразования. Многие категории классической эстетики, такие как «вкус», «красота», «гармония», забыты, а на смену им не пришло ничего нового, кроме чисто экономических параметров «дешево» (в лучшем случае — «малобюджетно»), «быстро», «модно». Разобраться в характере этого взаимодействия не просто, тем более что каждая из систем, за исключением классической, не формализована. Накладываясь на мышление и оценку различных поколений, когда среднее и старшее тяготеют к классицистской парадигме, младшее — к постнеклассической, они создают невообразимо пеструю духовную ситуацию, в которой субъективная оценка может показаться если не наилучшим, то наиболее быстрым выходом (спорный вопрос — реальная эффективность такого выхода). Это затрудняет практику дизайна на всех этапах — от проектирования и прогнозирования до потребления и классификации — и ставит вопрос о профессиональных навыках эстетического анализа и оценки, требующих соответствующего понятийного аппарата.

Исходя из сказанного, можно обозначить две основные функции, два направления взаимосвязи: философского и культурологического знания, с одной стороны, и теории и практики дизайна — с другой.

Философия как *мировоззрение* позволяет специалисту мыслить системно, последовательно и гуманно. Главное — она помогает при формировании системы ценностей, оценок, принципов, определении личной жизненной и профессиональной позиции, вкусовых пристрастий. Базируясь на усвоении социальной памяти, развитом абстрактном мышлении, способно-

сти к предвидению (интуиция, прогнозирование), философия позволяет проектировщику преодолеть границы статичного мифологического сознания и анализировать *настоящее*, не превращая, тем не менее, проект в утопию. Она определяет характер деятельности и поступков специалиста.

Философия как *методология* дает основания процессу мышления, позволяет сформировать набор мыслительных приемов, диктует обращение к той или иной отрасли знания, в том числе научного. При этом методологические функции выполняет вся система философского знания либо та или иная теория в отдельности. В этой своей ипостаси философия помогает проектировщику мыслить связно, аргументированно и последовательно, использовать в своей проектной деятельности находки различных наук, осмысленно подходить к собственному проектному дискурсу, разрабатывать концепцию формообразования.

Таковы основные проблемы, диктующие выбор тем лекций, дискуссий, докладов, презентаций, а также некоторых методик курса. На основании его изучения магистранты разрабатывают одну из глав диссертации, а также концепцию формообразования собственного дизайнерского продукта, который является итоговым при обучении в магистратуре.

Раздел первый

СУЩНОСТЬ И ГРАНИЦЫ ДИЗАЙНА

Тема первая. Философское представление о дизайне

Дизайн — относительно молодой и быстро развивающийся синтетический вид творческой формообразующей деятельности, а также сфера проектного мышления, все более востребованного современной культурой. Эти качества обусловили наличие множества практических и теоретических вопросов, наиболее существенными из которых, на наш взгляд, являются два.

Для практики — это проблема *границ* дизайна, все в большей степени уходящего от проектирования предметного мира, претендующего на тотальность распространения своих приемов как в «приграничных» — ландшафтное проектирование, веб-дизайн, — так и далеко отстоящих от предметности областях — рекламные, имиджевые, политические проекты и т. п. — в «но-

вом индустриальном пространстве» коммуникаций и потоков (М. Кастельс, испанский социолог). Для теории — это отсутствие единого *категориального аппарата*, позволяющего глубоко и систематично исследовать дизайн во всех его ипостасях и аспектах. Классический *рационализм*, строящий теорию дизайна на основе идеи художественного конструирования и тем самым сближающий дизайн с искусством (опять-таки в его классической интерпретации), не оправдывает себя в новых социокультурных и экономических условиях: дизайн не сводится к конструированию предметных форм, не отражает действительность в художественных образах, не является разновидностью общественного сознания, равно как и не классифицируется через принадлежность к материальному или идеальному; он — другой. Классическая *эстетика*, сформировавшаяся в Новое время, основанная на ценностной оппозиции «прекрасное — безобразное» и сопоставляющая тот или иной продукт с идеалом, уходит в прошлое и тоже не может служить необходимой методологической базой для технической эстетики в случае оценки продуктов дизайна. Наконец, классические *стилевые* практики, задававшие более-менее жесткую систему формальных требований, уходят в прошлое, делая актуальными специализированные концептуальные разработки. Во главу угла ставятся оригинальность, распознаваемость, инновационность, критерии которой зачастую субъективны либо размыты, а также экономическая и пользовательская эффективность, позволяющие в ряде случаев целенаправленно использовать художественные и внехудожественные приемы. К примеру, непозволительный для высокого искусства китч, будучи использованным в графическом или костюмном дизайне, может оказать сильное эмоциональное воздействие и привлечь внимание потребителя; при этом степень отклонения от психологических и эстетических норм дизайнер, как правило, находит интуитивно, порой даже не рефлексировав по поводу выбранного хода. Прагматичность дизайнерского мышления порождает целый ряд нравственно-этических проблем — манипуляции,

организации восприятия, моделирования сценариев поведения потребителей, эксплуатации эстетических ценностей для достижения коммерческих целей.

В свете сказанного требуется гибкий, диалектический подход, позволяющий увязывать предметную и ценностно-смысловую, творческую и коммуникативную, духовную и экономическую стороны дизайна и в то же время позволяющий четко определить его существенные, неизменные черты. Их знание помогает понять границы профессии дизайнера, очерчивать и отстаивать сферу своих компетенций, а значит, быть более уверенным и конкурентоспособным специалистом. Философия дизайна помогает вычленить и сформулировать закономерности существования и реализации дизайна в культуре.

Направления исследования дизайна

Сущность и специфику дизайна как вида проектной деятельности и особой сферы культуры и экономики, его функции, а также задачи, стоящие перед дизайнером, анализируют З. Г. Бегенау, Т. Ю. Быстрова, В. Л. Глазычев, А. А. Грашин, В. Гропиус, А. В. Гутнов, В. С. Дуцев, Р. Ингарден, В. Г. Иоффе, К. Кантор, Н. А. Ковешникова, Г. Н. Лола, В. А. Луков, Н. Н. Мосорова, С. М. Михайлов, О. И. Нестеренко, В. Папанек, И. В. Привалова, В. И. Пузанов, И. А. Розенсон, В. Ф. Рунге, С. О. Хан-Магомедов, Л. М. Холмянский, В. Т. Шимко и др. На этом пути необходимо обращение к истории дизайна, часто пересекающейся в работах теоретиков с историей моды и историей техники. Здесь отметим труды А. А. Белова, Л. Бхаскаран, Г. Вельфлина, Н. В. Воронова, О. Гербеновой, О. И. Ган, А. А. Гвоздева, Л. М. Горбачевой, Ф. Готтенрота, Ш. Зелинг, Л. Кибаловой, Ф. Ф. Комиссаржевского, Н. А. Ковешниковой, Н. Которна, М. Ламаровой, М. Н. Мерцаловой, С. М. Михайлова, А. С. Михайловой, Ю. В. Назарова, Н. С. Николаевой, Т. Стриженовой, Н. М. Тарабукина, С. О. Хан-Магомедова.

Теоретическими вопросами дизайн-проектирования, в т. ч. методов проектирования, занимались Д. А. Азрикан, А. А. Базилевский, Н. В. Воронов, О. И. Генисаретский, А. О. Горнов, А. А. Грашин, Н. Ю. Демидов, Дж. К. Джонс, И. Г. Елинер, М. Ключев, А. С. Козлов, М. С. Кухта, Е. Н. Лазарев, Г. Б. Минервин, А. Отт, В. Ф. Сидоренко, Ю. Б. Соловьев, Г. П. Щедровицкий. Закономерности творческого процесса становятся более заметны в ходе исследования отдельных видов дизайна, которым занимаются О. В. Корытов, Т. В. Лемешко, А. Матвеев, В. А. Нефедов, В. А. Николаев, Е. Э. Павловская, В. Самойлов, Я. Чихольд и др. Их идеи могут служить основой проектно-исследовательских действий студентов.

Обобщая множественные подходы, в *широком* смысле дизайн можно характеризовать следующим образом:

а) как *продукт* конкретной культуры — культуры модернизма, с ее технологичностью, высоким уровнем индустриализации и урбанизации, ориентацией дизайна на создание принципиально новой, рациональной среды обитания, формирующей новый образ жизни и стиль мышления людей;

б) *социокультурную систему*, включающую в себя не только творцов и потребителей, но и институты экспертизы, выставок, музеев дизайна, а также инфраструктуру по его воспроизведению и обслуживанию;

в) особый *вид творческой предметной деятельности*, проистекающей в жестких рамках технического задания, бюджета, ожиданий заказчика и потребителя. Сказанное обусловило рациональный характер проектирования в дизайне и сблизило его с практиками *технэ* в античном мире;

г) особую *профессиональную и образовательную сферу* («дизайн-образование»);

д) особый *тип проектного мышления*, ориентированного на удовлетворение предметных и духовных потребностей дру-гого человека/людей в гармоничном предметном окружении;

е) особый *метод (или методы) проектирования* и создания вещей, который может быть использован и в других сферах —

рекламе, имиджмейкинге и т. п., предполагающих наличие проектности и моделирования.

Дизайн в узком смысле — это сам процесс проектирования, в его специфическом варианте, основанном на использовании языка форм. Преимущественно практическая направленность приводит к слабой профессиональной саморефлексии и недостаточной проявленности теоретической стороны дизайн-дискурса. Отдельные элементы дизайна могли проявляться в предметной деятельности с древнейших времен, будучи синкретически смешанными с элементами других видов эстетической, художественной, проектной, коммуникативной деятельности. Специфический автономный дизайн-дискурс сформировался на протяжении второй половины XIX—нач. XX вв.

В небольшом по объему тексте ряд базовых положений приходится представить как аксиоматические. Это не значит, что они претендуют на абсолютную истинность. Скорее, они способствуют «погружению» в предмет.

1. Дизайн — *синтетический* вид проектной деятельности. На это прямо или косвенно указывает большинство авторов, это подтверждает практика. Предпроектный анализ требует владения приемами социологического, социально-правового, искусствоведческого, маркетингового исследования. В самом проектировании слиты воедино утилитарно-прагматическое и эстетическое начала, предполагающие наличие почти противоположных способов мышления о предмете. На этапе реализации проекта дизайнеру необходимо знать технологию, взаимодействовать с архитектором, декоратором, художником или другими специалистами.

2. Дизайн — *инновационный и креативный* вид деятельности, ведь воспроизводство существующих образцов обеспечивается техникой и ремеслом. Степень новизны, ее необходимость, пути ее достижения — это тема отдельного обсуждения в каждом отдельном проекте. Ориентация на новое, возрастание творческого начала стали возможны и даже желательны для экономики и культуры последних 100–150 лет. Однажды

начавшись, это увлечение новым в какой-то момент может исчерпать себя и закончиться. «Останется ли тогда дизайн?» — спрашивают некоторые специалисты. Думаем, да, но только в случае, если в нем сохранится креативная составляющая, которая предполагает рациональное создание формы на базе имеющихся ресурсов, реалистичность проекта.

Инновационный компонент дизайна — это не столько «что изготавливается», сколько «как изготавливается», поэтому сегодня необходимы специалисты с высоким уровнем концептуального и методического мышления, способные:

- всесторонне системно рассмотреть проектную задачу;
- создать модель проектируемого объекта (пространства, процесса, отношения, коммуникации, имиджа), включающую в себя учет восприятия потребителя и его реакцию на объект;
- предложить принципиально новое концептуальное решение или подход к дизайну;
- выбрать или предложить метод (методы) проектирования, а также, при необходимости, — стратегии реализации проекта;
- дать экспертную оценку места и роли реализованного проекта в пространстве культуры (города, системы, учреждения).

3. Реальный дизайн не тождественен так называемому «журнальному» дизайну, демонстрирующему в основном образцы коммерчески-успешного, возможно, конъюнктурного творчества. Оно необходимо и показательно, но, с нашей точки зрения, выступает следствием более разнообразной и не всегда заметной дизайн-деятельности. Наиболее эвристичными являются сферы, не слишком сильно интересующие массовый рынок, но предъявляющие жесткую систему требований к форме, например спасательное и медицинское оборудование, или сферы, известные узкому кругу людей. В то время как конкурсные и «журнальные» проекты ориентированы главным образом на то, чтобы произвести эффект, привлечь внимание масс-медиа, реальный дизайн почти незаметен, поскольку ре-

шает простые прикладные задачи. Это организация пространства и коммуникаций, городская навигация, одежда на разные случаи жизни и типы телосложения, системы идентификации компаний или регионов. Найденное в сфере ВПК или космоса, спорта или служб спасения, через один-два года адаптируется для специфических аудиторий (например, спортивная одежда — для поклонников спортивного стиля в повседневной одежде), тиражируется, даже когда истоки не видны «на поверхности».

4. Соответственно лексикой блогов и журналов не исчерпывается категориальный аппарат исследования дизайна. Формулировки типа «сегодня можно всё», «сегодня время китча», «а мне нравится» и т. п. нуждаются в дополнительной проверке и уточнении терминов, поскольку создаются для целей брендинга и рекламы, а вовсе не поиска сути⁵. Мы настаиваем на том, чтобы базовые понятия были прямо или косвенно связаны с существующими теориями, подкреплялись аргументами и не меняли свое содержание в зависимости от веяний моды.

5. Деление дизайна на «западный» и «наш» не всегда оправданно либо приводит к длинной цепи причин и следствий, доводящей до поиска национальной самобытности и особенностей национального характера, никак не связанных со спецификой дизайн-деятельности. Между тем оно имеет совсем иную подоплеку, чем, например, деление искусства на западное и отечественное. Там речь идет о географии, а здесь, как правило, вводится оценочный момент. Конечно, русская версия дизайна специфична. Отсутствие экономической базы — недостаток экономики, но не самого дизайна. Русская версия, особенно пристально исследованная Н. В. Вороновым⁶, имеет

⁵ Ср., напр. с позицией В. Лукова, А. Останина, согласно которой дизайн сегодня — «не конструирование, не художественное, не проектирование». Его целью является «повышение успеха презентации» (Луков В. А., Останин А. Дизайн: культурологическая интерпретация. М., 2005). Типичный случай расширительной трактовки одной из задач дизайна в современной культуре.

⁶ Воронов Н. В. Дизайн: русская версия. Тюмень, 2005. 224 с.

свои сильные стороны и преимущества, например в креативном аспекте. Сказанное не отменяет единых законов и принципов существования дизайна.

6. Понимая, что есть «пограничные» виды деятельности — арт-дизайн или, предположим, эксподизайн, — в первую очередь необходимо добраться до специфических черт, определяющих дизайн в его «чистом» и целостном виде. Одной из них является удовлетворение потребностей конкретных людей посредством рационально создаваемых форм. Хороший дизайн — это, как правило, ответ на вопрос, на конкретную потребность. Если специалист не видит этого вопроса и не умеет его сформулировать, ему грозит заняться самовыражением, приближая свое творчество к художественным практикам.

Гипотезы относительно характеристик дизайна

Если следовать традиции, то идеи философского текста сначала вводятся, потом доказываются в ходе исследования. Это отправные точки нашего размышления о дизайне, их содержание может корректироваться или изменяться, стимулируя научный поиск.

Первая гипотеза заключается в том, что дизайн — продукт европейской культуры, в котором отпечатались ее рационализм и система ценностей, особенно творческих и эстетических, восходящих к античности. Его сущность находится в прямой зависимости от мировоззренческих и аксиологических доминант европейской культуры, которой имманентно присущи рационализм, аналитичность, системность. Это нужно учитывать при анализе дизайна регионов и стран с иной ментальностью, например России, Китая, Японии.

Наиболее близко в генетическом и логическом отношении современный дизайн расположен к античному проектному мышлению, к греческому технэ, исходившему из идеи тождества утилитарного и эстетического — необходимости и возможности совпадения пользы и красоты, равно как и наоборот —

красоты и пользы. Подобная близость не случайна, поскольку первые теоретики дизайна, например Готтфрид Земпер (1803–1879), были воспитаны в период широкого увлечения античностью, последовавшего за раскопками Помпей и Геркуланума. В первой трети XIX в. Европа еще раз открывает для себя греческую античность. Дело не только в возросшем количестве артефактов и информации, но в новом, объективном, взгляде. Ф. Ницше пишет об аполлоническом и дионисийском началах греческой культуры, разумея под вторым иррациональное, деиндивидуализирующее, стихийно-хаотическое, что все-таки необходимо для формирования совершенных форм, а Г. Земпер посвящает свой первый теоретический труд доказательству того, что греки окрашивали каменные постройки и скульптуры, и это был яркий, по-восточному пестрый мир. Оба автора признают, что он был гармоничен, продуктивен, и у культуры есть шанс вернуться ко многим находкам Греции. Одной из них для немецкого архитектора и теоретика архитектуры Г. Земпера является греческая демократия. Античная красота не просто существовала, она была доступна всем гражданам. Отсюда — мощный социальный импульс, установка раннего дизайна на демократизм, на эстетизацию повседневной жизни, которой не достичь с помощью только « меховых ковриков ».

Кроме того, к оценке полезного как прекрасного или красивого ведет только один путь — путь рационального постижения формы как соответствующей своему назначению. Такой созерцательно-интеллектуальный подход сформировался отнюдь не во всех странах и регионах, но только в античной Греции. Его предстояло актуализировать в совершенно новых условиях.

В качестве самостоятельного вида деятельности и способа изготовления вещей дизайн возник относительно недавно. Отсюда *вторая гипотеза*. Он — детище эпохи модерна, несущее в себе все ее характерные черты. Будучи рожденным в проекте модерна, он вместе со всей остальной культурой и населяющими ее людьми переходит в другой исторический период.

Третье. В современных условиях дизайн, как многие профессии и сферы культуры, трансформируется особым образом — создавая виртуальное пространство, становясь инструментом маркетинга и рекламы, обслуживая экономические процессы, делаясь все более массовым (обратная сторона — элитарным), порой теряя качество в силу нехватки компетентных специалистов и промышленных мощностей. Есть ряд неизменных существенных черт, без которых феномен не сможет оставаться самим собой, и эти черты предстоит вывести. К ним в первую очередь относится проектное дизайнерское мышление и такие его свойства, как диалогичность и системность. Существуют поверхностные характеристики, отождествляемые в обыденном сознании со сферой дизайна: навыки владения компьютерными программами, знание композиции, шрифтов и начал цветоведения, информация о модных тенденциях и т. п. Они подвержены наибольшему давлению со стороны современной культуры.

Четвертое. Необходимо понимать, что есть другие пути и способы создания предметности, нежели дизайн. Это ремесленные и арт-практики, хэнд мейд, декоративно-прикладное искусство, инжиниринг. Сельская культура, связанная с природными ритмами, традиционные культуры, опирающиеся на миф и ритуал — в том числе при изготовлении предметов, отдельные субкультуры города обходятся минимумом дизайна или вовсе без него.

Пятое. Человек в дизайне — как проектировщик, так и адресат — выступает в совершенно особой ипостаси. Он имеет единую телесно-духовную природу, удовлетворяет потребность в гармоничном предметном окружении и создает выразительные (эстетические) формы, воздействующие на эмоции и чувства, влияющие на состояние души. Модусами существования этого человека являются целостность, активность в освоении мира (не исключая усталости или потребности в экономии сил) и свобода, что неизбежно сказывается на характере проектирования дизайна и пользования им. Экзистенциалами жизни этого человека являются самость, сотворчество

и свобода, обеспечивающие личный характер взаимодействия с предметным миром.

Темы докладов, рефератов и дискуссий

1. Сущность и границы дизайна как продукта культуры XX в. Изменение места и задач дизайна в информационной культуре.

2. Социокультурные истоки дизайна. Историческая необходимость в дизайне как факторе гармонизации предметно-пространственной среды.

3. Основные характеристики дизайна как проектной деятельности по гармонизации предметно-пространственной среды.

4. Место дизайнера в процессе производства вещей и систем вещей.

5. Соотношение интернационального и регионального в современном дизайне. Нужен ли «уральский дизайн», «российский дизайн» и т. п.?

6. Взаимодействие специалистов с дизайнером: необходимые условия понимания.

7. Что предпочтительнее для современного потребителя: вещь или система вещей?

8. Можно ли спроектировать вещь, которой в принципе еще не было в культуре? Если да, то с чего начать подобное проектирование?

Вопросы к практическому занятию

1. Сущность и структура дизайна как предмет изучения философии дизайна.

2. Критерии принадлежности продукта к сфере дизайна.

3. Исторические «начало» и «конец» дизайна как вида проектной деятельности.

4. Социокультурные задачи современного дизайна. Влияние коммерциализации, виртуализации, экологизации мышления на формы в дизайне.

5. Проблемы современного отечественного дизайна.

Контрольные задания

1. Содержание понятия «дизайн». Для его уточнения оцените и прокомментируйте ключевые слова, содержащиеся в определениях.

— *Дизайн — это «особая, вполне самодостаточная форма научно-художественно-технической деятельности, сопровождавшей человека с самых первых его шагов по освоению природы с целью приспособить ее к своим нуждам» (Воронов Н. В. Дизайн: русская версия. М., Тюмень, 2003. С. 16).*

— *«Дизайном с большой буквы» в начале 1980-х гг. ученые Королевского колледжа искусств Великобритании обозначали «совокупный опыт материальной культуры и совокупный массив опыта, навыков и понимания, воплощенный в искусстве планирования, изобретения, создания и исполнения» (Уральская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров в Свердловском архитектурном институте: методические материалы / ВНИИТЭ. М., 1989. С. 9).*

— *«Дизайн является творческой деятельностью, цель которой — определение формальных качеств предметов, производимых промышленностью. Эти качества формы относятся не только к внешнему виду, но, главным образом, к структурным и функциональным связям, которые превращают систему в целостное единство с точки зрения как изготовителя, так и потребителя. Дизайн стремится охватить все стороны окружающей человека среды, на формирование которых оказывает влияние промышленное производство» (Мальдонадо Т. Определение, принятое ICSID (Международным союзом организаций промышленного дизайна). Б. г., 1969).*

— *«Если у кресла подлокотники в три раза выше сидения и удержаться на нем можно только под воздействием силы тяжести, то это кресло называют дизайнерским; если кофемолка из-за изысков формы не способна функционировать, поскольку при работе выскальзывается из рук, то наверняка мы имеем дело с дизайном» (Gänsert U. Realismus oder Design: Aufsätze zur Kunst und Politik. F.a. M., 2000. Bd. 2. S. 197 (перевод Т. Ю. Быстровой)).*

— *Дизайн — это творческая проектно-художественная деятельность по формированию предметной среды, обслуживающей материальные и духовные потребности человека. Дизайнер как специалист отвечает прежде всего за функциональные свойства и эстетический уровень предметов и комплексов, образующих эту среду. Он создает проекты и образцы изделий, изготавливаемых средствами промышленного производства. Представляя в сфере промышленного производства интересы человека как члена общества, с его социально-психологическими, утилитарными и эстетическими потребностями, дизайнер создает произведения, становящиеся частью культуры определенной эпохи, того или иного народа. В самых общих чертах целью дизайна является функциональная организация предметной среды и создание ее художественного образа» (Жилая предметная среда и социалистический образ жизни / [редкол.: С. О. Хан-Магомедов (отв. ред.) и др.]. М., 1986. С. 3).*

— *Дизайн — форма организованности (служба) художественно-проектной деятельности, производящая потребительскую ценность продуктов материального и духовного массового потребления (Глазычев В. Л. О дизайне. М., 1970).*

2. Элементы системы дизайна. Необходимость представления дизайна как системы.

С помощью ответов на Тест № 1 определите, какие ключевые слова обязательно должны быть в дефиниции дизайна как системы. Представьте свое видение с помощью инфографики, стараясь максимально связать его с темой магистерской диссертации.

3. Границы дизайна. Специфика дизайна как вида деятельности и метода проектирования. Сравните два подхода:

«Основные принципы дизайна для людей: 1. представлять хорошую концептуальную модель, 2. делать вещи видимыми. Хорошая концептуальная модель позволяет нам предугадывать возможный эффект наших действий. Без такой модели нам приходится действовать вслепую — мы выполняем операции так, как нам было сказано, но мы не понимаем, почему нужно так делать,

к каким последствиям приводят наши действия, и что нужно делать, если что-то пойдет не так как нужно. Примеры с холодильником в доме и кондиционером в машине. Отсутствие зримости в современных телефонах. (Речь идет о возможности запоминания и переадресации на кнопочных телефонах без дисплея).

Почему так сложно понять телефонную систему, в которой нет ничего концептуально сложного. Например, машина устроена намного сложнее. Но в машине все вещи видимы. Одна управляющая вещь связана с одним действием и одной функцией. Система понятна. В телефоне нет связи между действием и ожидаемым результатом. Как правило, для доведения продукта для нужной удобной для потребителя формы требуется пять или шесть попыток. Проблема состоит в том, что если в продукте действительно заложены революционные новшества, то вначале никто не знает его правильного дизайна и нужно несколько попыток для решения этой проблемы. Но если при этом каждая новая версия представляется на рынок, то с третьей неудачной попытки этот продукт обречен на вымирание — все будут думать, что вещь сама по себе никуда не годится. Большинство новых продуктов, таким образом, гарантированно обречены на провал.

Если конструкция допускает ошибки, то рано или поздно кто-нибудь эти ошибки совершит. Задача дизайнера состоит в том, чтобы предвидеть все возможные ошибки и, во-первых, уменьшить возможность ошибок, а во-вторых, уменьшить возможные последствия от этих ошибок. Имейте в виду, что если ошибка возможна, то она будет сделана. Планируйте ошибки. Думайте о том, что всякое действие пользователя — это попытка двигаться в нужном направлении, ошибка — это только результат действия, совершенного в условиях недостатка информации. Думайте о действии как о составной части диалога, который ведет пользователь и система. Пытайтесь поддержать пользователя, а не воевать с ним. Дайте пользователю возможность извлекать информацию и знания из совершенных ошибок, чтобы он мог понять, что произошло и почему это произошло.

Сделайте так, чтобы действие легко было бы отменить, а совершить неисправимую ошибку было бы трудно»⁷.

«В современном высокотехнологичном мире нередко случается, что мы ненавидим вещи, с которыми мы имеем дело. Например, многие люди испытывают гнев и разочарование, пользуясь своими компьютерами. В статье «Ненависть к компьютерам» Лондонская газета осветила это так: «Это начинается с лёгкого раздражения, а потом у тебя начинают потеть руки и волосы встают дыбом. Вскоре ты уже колотишь свой компьютер или кричишь что-нибудь ему в экран, и всё это вполне может закончиться избиением человека, сидящего по соседству».

В 1980-е гг., работая над «Дизайном повседневных вещей», я не принимал в расчёт эмоции. Я писал о пользе и применении, о функции и форме, писал логично и бесстрастно. Даже если был взбешён видом образцов плохого дизайна. Но теперь я изменился. Почему? Отчасти благодаря новым достижениям в области исследований мозга и того, насколько тесно переплетаются друг с другом эмоции и познание. Мы, учёные, теперь понимаем, насколько важны эмоции для повседневной жизни, насколько они ценны. Конечно, практичность и применимость тоже важны, но наша жизнь была бы неполной без радости и удовольствия, восторга и потрясения и, конечно, без тревоги и гнева, страха и ярости.

Помимо эмоций, есть ещё одна важная вещь: эстетика, привлекательность и красота. Когда я писал свою книгу «Дизайн повседневных вещей», у меня не было стремления оклеветать эстетику или эмоции. Я просто хотел возвысить практичность вещи на достойный уровень в мире дизайна, наряду с красотой и функциональностью. Я полагал, что ценность эстетики и так повсеместно осознаётся, поэтому пренебрёг этой темой. В результате я получил порцию заслуженной критики от дизайнеров: «Если нам придётся следовать советам Нормана, то все вещи, создаваемые нами, будут практичны, но безобразны».

⁷ Норман Д. А. Проектирование повседневных вещей [Электронный ресурс] // Библиотека дизайна : [сайт]. Режим доступа: http://rosdesign.com/design/folksofdesign_Norman.html

Практичны, но безобразны. Забавный и суровый приговор. Увы, он вполне справедлив. Практичные вещи не всегда бывает приятно использовать. И моя история о трёх чайниках показывает, что самый привлекательный предмет не всегда самый удобный для использования. Но разве эти свойства обязательно должны конфликтовать друг с другом? Могут ли красота и смысл, удовольствие и польза сочетаться друг с другом?»⁸.

Какая из позиций Дональда Нормана, сформулированных им в разные годы и в разных социокультурных обстоятельствах, представляется вам более адекватной: а) природе дизайна, б) потребности современного человека в дизайнерской вещи?

4. Специфика философского рассмотрения дизайна.

Прокомментируйте позицию руководителя дизайн-студии Артемия Лебедева. Насколько прав автор в отношении понимания дизайн-деятельности как стихийной и иррациональной? Достаточно ли приведенных им аргументов для отрицания возможности теоретического осмысления дизайна, предполагающего выделение законов?

«А в дизайне законов нет. Не было и не будет. Есть рекомендации, советы, перечни пунктов житейского опыта. Есть «10 главных ошибок» и «7 золотых правил». А законов нет.

Если бы дизайн был наукой (а дизайн — это такая же наука, как шахматы — спорт), можно было бы порассуждать, что бывает вот только так и никак иначе. Но дизайн, как всякий вид творчества, искусства, креативности ..., как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые законы. Поэтому есть смысл говорить об ограничениях, которые применяются в том или ином случае»⁹.

⁸ Norman D. Emotion Design. Режим доступа: http://www.jnd.org/dn.mss/emotion_design.html (пер. фрагмента М. Быстровой).

⁹ Лебедев А. Ководство. Режим доступа: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/99/>

5. Возникновение дизайна: факторы, социокультурные обстоятельства.

По косвенным признакам предметной среды определите, к какому историческому периоду относятся литературные фрагменты. Укажите обстоятельства, подчеркивающие необходимость в дизайне.

«Ощущение холода в ногах было перенесено на интерьер. Мебель окутали чехлами; не оставили голыми ни столы, ни стены. ... Послеобеденный портвейн заменился кофеем, кофий повлек за собою гостинные, где его полагалось пить, гостинные привели к застекленным шкафам, застекленные шкафы — к искусственным цветам, искусственные цветы — к каминным полкам, каминные полки — к фортепьянам, ... (мы перескакиваем через несколько ступенек) — к несчетному множеству собачонок, ковриков, подушечек, салфеточек, и дом, неизмеримо поважнее, полностью переменялся» (Вулф В. Орландо. М., 2005. С. 200).

«В салоне не было ни души. Казалось, здесь никто не бывал с того самого дня, когда мебель была так заботливо укрыта, как будто бы дом накрыло лавой, под которой он будет находиться тысячи лет. Стены были розовыми и золотистыми, мотив ковра состоял из цветочных букетов на светлом фоне, но в середине был заботливо накрыт бесцветным покрывалом. Занавеси на окнах были ситцевыми, каждый стул и кресло имели свой собственный особый чехол... Большие алебастровые группы, защищенные от пыли стеклянными колпаками, были размещены там, где позволяло пространство. В середине комнаты, точно под зачехленной люстрой, стоял большой круглый стол; книги в пестрых красивых переплетах лежали на подставках, чья полированная поверхность отражала их... Вся комната несла в себе что-то чарующее, мерцающее, блестящее, гладкое...» (Klingender F. D. Kunst und Revolution. F.a.M., 1976. S. 55 (пер. Т. Ю. Быстровой)).

«В большой гостиной было тесно. Она казалась тесной и в лучшие минуты своей жизни, когда в ней не было ни единого гостя, так как Тимоти и сестры, следуя традициям своего поколения, считали, что комната будет «неуютной», если ее не обста-

вить, «как следует». Поэтому в гостиной стояли одиннадцать кресел, диван, три столика, две этажерки, заставленные бесконечным количеством безделушек, и рояль» (Голсуорси Д. Сага о Форсайтах. СПб., 1992. С. 138).

Тест № 1. Определение и сущность дизайна

Каждый из предлагаемых вариантов ответа в тесте должен быть оценен по шкале: «подходит», «подходит, но с некоторыми уточнениями», «абсолютно неверно». После этого сделанные вами оценки необходимо аргументировать. Таким образом, каждая строчка теста превращается в развернутое высказывание, внутренняя логика которого оценивается преподавателем.

1. Дизайн можно назвать художественным проектированием, поскольку:

- дизайн «вырастает» исключительно из художественной деятельности;
- дизайн использует художественные методы проектирования;
- дизайнер придает объекту художественную выразительность;
- дизайнер придает объекту эстетическую завершенность, гармонизирует его;
- дизайн является частью искусства.

2. Дизайн нельзя определять как художественное проектирование, поскольку:

- дизайн — самостоятельный вид проектной деятельности;
- дизайн не сводится только к проектности, он включает в себя реализацию замысла;
- для дизайна художественность не является существенным качеством;
- дизайн не является частью искусства.

3. Выберите из списка характеристики, которые, с вашей точки зрения, обязательно должны входить в определение дизайна:

- мышление *либо* деятельность;

— художественный, *либо* эстетический, *либо* предметный, *либо* функциональный;

— культура, *либо* общество, *либо* промышленность, *либо* город;

— форма *либо* технология.

Что еще? _____

4. Критически оцените определение дизайна, данное немецким теоретиком дизайна З. Г. Бегенау в 1960 г.: «Дизайн — это: 1) закономерный результат конструктивной рациональности и функциональности изделия, а потому он не может рассматриваться как самостоятельная дисциплина; 2) наука; 3) вид искусства; 4) координирующая дисциплина, согласовывающая между собой различные свойства промышленного изделия, чтобы оно эстетически положительно воздействовало на человека; 5) особый аспект качества изделий, изготавливаемых промышленным способом».

Подчеркните термины, нуждающиеся в уточнении (как минимум, три).

Добавьте пункты, не учтенные З. Г. Бегенау (как минимум, один).

Вычеркните то, что вас не устраивает в определении, и аргументируйте это письменно. _____

5. «Дизайн — формотворческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделий, но главным образом структурные и функциональные связи, которые превращают изделия в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя». Что сегодня необходимо и возможно добавить в определение ICSID (1964 г.) и почему?

На основании проделанной работы сформулируйте ваше определение дизайна или отдельного вида дизайн-проектирования. Используйте его в дальнейшем в ваших авторских теоретических работах — статьях, выступлениях на конференциях и т. п.

Вопросы для самопроверки

Предлагаемые ниже вопросы охватывают те же предметные области, что и вопросы контрольных тестовых заданий, выполняемых в конце каждой темы курса. Отвечая на них, старайтесь в аргументах использовать теоретические источники по проблемам дизайна, изученные вами.

1. Что является решающим фактором возникновения дизайна?
2. Что можно отнести к онтологическим вопросам философии дизайна?
3. Какие вопросы дизайна связаны с гносеологией?
4. Что считать антропологическими вопросами философии дизайна?
5. Что изучает эстетика применительно к дизайну?
6. Что относится к коммуникативным вопросам в философии дизайна?
7. Как соотносятся между собой теория дизайна и философия дизайна?
8. Зачем проектировщику необходима философия дизайна?

Раздел второй

ПРОБЛЕМА ВЕЩИ В ФИЛОСОФИИ ДИЗАЙНА

Тема вторая. Понятие «вещь» в философии дизайна

Выше предложена трактовка дизайна как предметной формообразующей деятельности по созданию вещей и систем вещей, гармонизирующих бытие человека и его взаимодействие с другими людьми, закономерно продолжающей процесс достижения телесно-духовного соответствия между вещью и человеком. При этом под *вещью*, вслед за М. Хайдеггером, А. Ф. Loseвым, М. Эпштейном, понимается востребованный предмет, с которым сосуществует человек, поэтому первоочередным является рассмотрение вопроса о том, какие обстоятельства и качества взаимодействия с человеком позволяют предмету реализоваться.

В любой культуре, включая современную, вещь недостаточно изучить только из нее самой, как «вещь-сама-по-себе» (Ding-an-sich), то есть некую замкнутую на себя завершенную форму, существующую независимо от человека. Будучи созданной людьми, вещь настраивает нас на то или иное со-

стояние, образ жизни, задает эмоциональный строй, которые могут быть чрезвычайно разнообразны. Это подтверждает ряд высказываний совершенно разных по своим установкам авторов. Английский философ К. С. Льюис, создатель известных полемически-заостренных работ по этике и первых фэнтези, говорит устами черта, желающего лености и глупости людской: «Благодаря процессам, которые мы пустили в ход несколько веков назад, людям почти невозможно верить в незнакомое и непривычное — у них перед глазами всегда есть знакомое и привычное. Набивай до отказа своего подопечного обычностью вещей»¹⁰. Как видно, именно посредством вещей (а не мыслей, например), их однообразия и обычности возможно, по мнению К. Льюиса, сужение горизонтов человеческого бытия, упрощение эмоциональной сферы жизни («невозможность верить»), отсутствие перспектив духовного роста. Французский писатель Л. Арагон, положительно воспринимающий новое, описывает впечатление от выставки дизайнерской продукции: «Я много раз испытывал паническое чувство на Выставках Конкур Лепин, куда я возвращаюсь, сам не знаю почему, каждый год, и прогуливаюсь среди изобретений: дурацких игрушек и удивительных приспособлений, что оказывают весьма сомнительную службу домашним хозяйкам. Чайные ситечки, розетки подсвечника на пружине наводят на меня порой непреодолимый ужас. В такие минуты я пытаюсь представить себе человека, придумавшего все это, и спокойно опускаюсь в пропасть»¹¹. Ирония Л. Арагона оказывается сродни льюисовской, однако он говорит не о вещах как таковых, а об экземплярах с дизайнерской выставки. В XX веке вещь обретает имя, маркируется, связывается с личностью создателя, его замыслами и целями. За вещами «гоняются» и к ним охладевают с невиданным прежде эмоциональным накалом. Американский дизайнер и теоретик Дж. Нельсон отмечает с некото-

¹⁰ Льюис К. С. Письма Баламута. М., 1991. С. 19–20.

¹¹ Антология французского сюрреализма. 20-е годы / сост. и пер. С. Исаев, Е. Гальцова. М.: ГИТИС, 1994. С. 86.

рым пессимизмом, противоречащим духу дизайна: «Для нашей эпохи характерно, что старое нами отвергается, а новое быстро надоедает»¹². Начиная с акмеистов, о вещах говорят поэты. И. Бродский иронично признает: «Суть жизни все-таки в вещах, / Без них ни холодно, ни жарко./ Гость, приходящий без подарка,/ как сигарета натошак»¹³. Как видно, разнотчения велики — от критики «обычности» до неприятия необычности, от признания вещей в качестве констант и опор жизни до сожаления по поводу мимолетности отношений с ними. Культура XXI века, как никогда прежде, обращает внимание на мир, непосредственно окружающий человека, стирая границы между бытом и бытием. По мере развития городов и нарастания светского начала в искусстве, особенно в живописи и поэзии, позже в искусствознании, философии, культурологии, тема вещей занимает все большее место; способствует этому и возникновение принципиально новой деятельности — дизайна. В разговорной речи люди используют различные слова для обозначения почти одного и того же: «предмет», «продукт», «объект», собственно «вещь», интуитивно находя наиболее адекватное. Это подчеркивает, что мир вещей сложен и разнообразен, и различно отношение к его элементам, поэтому теоретически очертить границы вещи можно, исследуя не собственно вещь, но социокультурные доминанты, формирующие отношение к ней, а также характер этого отношения.

Решение проблемы вещи важно и для углубленного понимания дизайна, становящегося в современной культуре главным «поставщиком» вещей. Сегодня дизайн быстро изменяется и развивается, зачастую претендуя на глобальность и все-

¹² Нельсон Дж. Проблемы дизайна. М., 1971. С. 82.

¹³ Бродский И. Собр. соч.: в 4 т. М., 1992. Т. 2. С. 216. Заметим, что ссылки на позицию И. Бродского неоднократны и не случайны, поскольку его можно считать создателем одной из наиболее развернутых моделей взаимоотношений человека с миром вещей, осмысляющим проблемы границ, сути, формы. Об этом см. содержательную статью: Лотман Ю. М. Между вещью и пустотой // Избр. статьи : в 3 т. Таллинн, 1993. Т. 3. С. 294–307.

охватность решений: «социодизайн» говорит, например, не о создании продуктов, а об изменении социального поведения; «сценарный» дизайн ставит культурно-просветительские задачи, а также предполагает развитие творческих способностей человека, организующего собственную среду обитания; веб-дизайн стремится создать и организовать качественно новую реальность — виртуальный мир. Мы исходим из того, что исторически дизайн возникает в ответ на потребность в гармонизации предметного мира. Судить о дизайне, принадлежности к нему, его уровне возможно, только опираясь на конкретный результат, каковым является вещь.

Учет связи человека и предметного мира, их обусловленности друг другом приводит в дальнейшем к системному рассмотрению проектирования, создания и существования вещи, для которого необходимы не только творец и материал, но и пользователь. Вещь как продукт дизайна нуждается в системном исследовании, объединяющем различные ипостаси ее бытия, пространственные и временные. В *проекте* вещь существует потенциально, но уже обзаводится самыми существенными и индивидуальными чертами; будучи воплощенным в материале, замысел становится реальной *формой*; критерий качества и своеобразия этой формы фиксируется в *стиле*; наконец, реализуя себя в культуре и служа владельцу, вещь обрастает множеством *семантических значений*, которые позволяют следующим поколениям актуализировать ее и даже реконструировать образ жизни, особенности поведения или систему ценностей создателей. Если учесть это, то окажется, что ни одну вещь нельзя трактовать синхронно, в ее узконаличной данности. Вещь и образ мысли ее творца или пользователя вызывают к сравнительно-историческому анализу, позволяющему найти культурные детерминанты особенностей формы, стиля, декора и т. п. Только в этом случае за разрозненными качествами можно увидеть суть.

Вещь — востребованный предмет, которым человек пользуется и который сосуществует с ним. Даже в первом приближении можно заметить, что вещь есть диалектическое единство

наличности и «служения», само-стояния и ее значимости для человека. Отсюда логично исследовать, какие обстоятельства и качества позволяют предмету стать востребованным. Картина мира каждой культуры включает представления человека о себе, а также оценку материального, предметного мира, повседневности, быта. Эта сравнительно мало изученная система координат влияет на представление о конкретных вещах, задает их форму и предназначение. О ней должен иметь представление дизайнер, начиная проект, изучая предпроектную ситуацию. «Для дизайнера объектом преобразования является не столько проектируемый предмет, сколько взаимоотношения с ним человека. Моделируются, по существу, материально-духовные связи человека и предмета во всем их богатстве и разнообразии. А это невозможно без достаточно полной информации, характеризующей связи и отношения, заключенные в системе «человек — предмет» (а чаще — в более развернутой системе «человек — предмет — среда»), — справедливо отмечают авторы пособия¹⁴. Характер отношения человека к предметному миру и его элементам необходимо выяснить прежде, чем думать об использовании вещи, ее наличности и готовой данности или возможном изменении набора функций (проанализированном, например, К. Марксом при исследовании товарного фетишизма: «Каждая ... вещь есть совокупность многих свойств и поэтому может быть полезна различными своими сторонами»¹⁵). Это отношение определяет и наполняет конкретным содержанием совокупность материальных и духовных потребностей, диктующих представление о предназначении и сущности вещи, а значит, — ее форму. Наконец, использование понятия «отношение» в качестве методологической базы прекрасно связывается с даваемой ниже трактовкой эстетического как отношения (а дизайна как вида эстетической деятельности).

¹⁴ Использование информации в проектной работе художника-конструктора: методическое пособие / В. Ф. Белик, Ф. Р. Вилькин, Е. П. Максимов, В. А. Сычевая, М. А. Тимофеева. М. : ВНИИТЭ, 1980. С. 7–8.

¹⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 23. С. 43–44.

История отношения человека к своему предметному окружению — один из наименее исследованных вопросов. Только в последние 10–15 лет благодаря развитию дискурса повседневности ситуация начала меняться. Исторический экскурс дает богатый материал для обобщения и учета в проектной деятельности, поскольку в современной культуре возможна актуализация любого типа отношения к вещи: дизайнер моделирует не столько форму, сколько материально-духовные связи с ней человека. Вещь выступает своеобразной вехой на границе между природой и культурой. Она «выплывает из небытия» в видимое пространство и несет на себе «отсветы незримого». Она концентрирует в себе столь многое, что выглядит самостоятельным началом мира. Для ранних культур вещь представляет собой не столько продукт деятельности человека, сколько определенную данность, существующую до появления богов и людей, стало быть, до появления самой возможности темы владения. Даже космогонические мифы содержат в себе отсылки к вещи (космическое яйцо, из которого возникло все сущее). Вероятно, интуитивно человек чувствует бесконечный внутренний потенциал вещи, что приводит к ее сакрализации в различных формах¹⁶.

Имея своей основой вещество природы, любая вещь качественно отлична от него, так как концентрирует в себе знания, умения, навыки, интересы, ценностные ориентации своего творца. Разрабатывая теорию опредмечивания, К. Маркс замечал, что в результатах труда человек удваивает себя и созерцает себя в созданном им мире. На ранних стадиях развития культуры, когда индивид еще не выделяет себя из природы и из сообщества других людей, смысловое простран-

¹⁶ «Можно утверждать, что в японской культуре сформировалась устойчивая традиция сакрализации бронзовых и шире — металлических «вещей» (оружия, зеркал), что наиболее полно отразилось в синтоистском культе «синтай» («тело божества») и в наборе императорских регалий» (Вещь в японской культуре / сост. Н. Г. Анарина, Е. М. Дьяконова. М., 2003. С. 25). Божество вселяется в вещь, находящуюся в закрытом пространстве. Ее могут не видеть, но ее почитают, точнее, почитают божество в облике вещи.

ство подобного «самосозерцания» невелико. Сознание человека участвует в его формировании, но само оно еще настолько нелично и противоречиво, что вывести доминирующий тип почти невозможно. Даже соседние племена дают образцы совершенно различных связей с предметным окружением, задаваемых главным образом климатическими особенностями. Чаще всего первобытное мышление признает вещь только что-либо употребимое, *полезное* или достойное интереса; большое число неактуальных форм не осознается в качестве вещей. Зато все лежащее в сфере опыта наделено строгим, максимально конкретизированным значением, прежде всего «производственные» (М. С. Каган) вещи.

На последующих этапах становится заметной связанная с формированием самости и значимая до наших дней тенденция *индивидуализации* восприятия, выражающаяся, например, в возрастании роли принципа долженствования в подборе вещей. Социально-этическая детерминация дополняет прагматические соображения и порой опережает их: благородный человек — это еще и владелец большого числа хороших вещей.

Красота вещей как мерило их ценности открывается людям довольно рано; даже самые воинственные ранние культуры (Др. Индия, Сев. и Юж. Америка и др.) умели замечать яркость, блеск, богатство орнамента и фактуры. Особое внимание на телесно-вещественную красоту изделий обращало античное мышление, считавшее материальный, одушевленный, подвижный и разумный космос источником и пределом красоты. Открытие античности заключалось в понимании красоты как наиболее полного предметного выражения сущности вещи, служащей человеку. Вещь красива, потому что она космична. Будучи изоморфной космосу, она выразительна и разумна. Поскольку человек тоже мыслится как прекрасная одухотворенная вещь, возникшая и существующая по тем же законам, то мебель, одежда, предметы быта соответствуют ему не только утилитарно, но и эстетически. Красота оказывается тождественной пользе, так как «мерой» того и другого высту-

пает человек. Она относительно самостоятельна, зато всеобщица. Это ведет, с одной стороны, к немногочисленности форм при наличии ярко выраженных типов: амфора, гидрия и лекиф представляют собой, скорее, вариации сосуда как такового, воспроизводя пропорции человеческого тела в «кристаллически-ясном видении формы» (Ю. Д. Колпинский). С другой стороны, позволяет гармонично индивидуализировать внешний облик и среду обитания. То и другое значимо в дальнейшем для развития и самоопределения дизайна.

Средневековая культура особое внимание обращает на *символизм* вещей, вплетенных в сложные системы пересечения с другими объектами, тоже мыслящимися как результат божественного творения и отсылающими к Богу. С этого времени семантика вещей всегда играет большую роль. В позднем средневековье постепенно осознается значение труда мастера и затраченных усилий, благодаря чему вещь начинает наделяться духовно-нравственным смыслом, подготавливаются условия для диалогического общения с автором вещи.

В ходе рассмотрения меняющегося на разных этапах развития культуры отношения человека к вещи становятся заметны следующие закономерности:

- вещи в культуре создают механизм передачи и наследования опыта жизнедеятельности во всей его полноте;
- отношение человека к вещи воспроизводит отношение к себе/другому, зависит от самосознания;
- в силу этого сущность вещи может «затемняться» социальными, политическими, религиозными обстоятельствами; в истории культуры прослеживается тенденция все более индивидуализированного восприятия вещей.

Усиление прагматического отношения к вещам в европейской культуре, частоты оценки с точки зрения удобства, пользы, «дельности» (М. Хайдеггер) для конкретного человека приводит, с одной стороны, к нарастанию числа вещей и повышению качества их изготовления, с другой стороны — к суженному взгляду на вещь как непознаваемую сущность, значимую

сугубо функционально. Процессы эмансипации личности, происходящие в это время, поначалу опережают процессы взаимодействия с вещами, рассматриваемыми инструментально.

К концу XVIII в. расширяется палитра индивидуального восприятия вещи, она связывается не только с конкретным человеком, но с его чувствами, образом жизни и мыслей. Открытие того, что помимо формальных качеств наслаждение может доставлять процесс пользования и пространство, в котором он совершается, расширяет объем эстетического отношения к вещам.

На завершающем этапе Нового времени люди и вещи были готовы к переходу на новую ступень гармоничного субъект-субъектного соответствия, возникающего из «созерцания себя» в созданном предметном мире, наделенном личными неповторимыми качествами. Процесс был замедлен и деформирован производственно-техническими изменениями, появлением незнакомых и пугающих своей отчужденностью предметов, обезличивающего тиражирования, отрывом от традиции. В середине XIX в. человек оказывается в ситуации предметной неопределенности и пестроты. Представления о буржуазном достатке, диктующем идеалы жизни, связаны с достижением количественной сверхполноты вещей и следованием достаточно быстро меняющейся моде. Это вело к подражаниям на уровне внешней формы, эклектике, безвкусице и театрализации, ощущению лицемерия и искусственности, поскольку эстетический подход к внешнему виду вещи не распространялся на всю форму целиком. Инженерные формы отвечали техническим запросам, никак не учитывая реакцию человека, и следовательно, не представляли собой «вещи». Трагическая раздвоенность культуры XIX в. во многом является следствием пользования вещами с *раздвоенной сутью*, в которых назначение и оболочка лишь механически соприкасались друг с другом (часы, встроенные в скульптуру; одежда, имеющая каркас внутри; швейная машинка, декорированная чугунными завитками, и т. п.). Для достижения подлинности вещи, гармони-

зирующей жизнь человека, требуется обусловленность частей целым, зависимость от него. Отсутствие единства и организации оборачивалось размытием сути либо ее утратой, переживаемыми как утрата гармонии мира. Само представление о вещи связывалось в это время с бездушностью, бездуховностью, бессмысленностью, одномерностью существования, что было не свойственно даже средним векам. Однако вещи приобретали негативные качества, будучи произведенными бездушным конвейером для довольно-таки хаотичного функционирования в условиях производства, максимально уводящего создателя от сути его труда и продукта этого труда. Кризис захватывал всю культуру и жизнь человека; опредмечивание пустоты могло вести только к ценностному вакууму и бесцельному формообразованию. Поэтому, говоря об овеществлении как процессе, в котором отношения людей принимают видимость отношений между вещами и теряют человечески-духовную наполненность, о «вещизме» как характеристике обывательского сознания, стремящегося свести экзистенцию к обладанию, следует прежде делать оговорку, касающуюся деформации сущности вещей, предшествующей этим явлениям.

Стремление к преодолению кризисной ситуации привело к поиску *индивидуальной гармонии* в периоды эклектики и модерна. Эклектику второй половины XIX в. нельзя оценивать только негативно, поскольку вещи начинают создаваться по новым принципам. Поиски красоты в богатых украшениях, переизбыток декора, равная значимость различных композиционных элементов и всех стиливых форм, отрыв детали от целого и незаконченность формы, рассматриваемая как выразительный прием, способствовали усилению ассоциативности мышления, демократизму и субъективизму, вели к отсутствию регламентированных правил подбора и пользования вещами. Выбор осуществлялся самостоятельно, демонстрируя своеобразие личности обладателя, а не только его социальные характеристики.

В условиях кризиса, вырастающего из противоречия единичного и обезличенно-конвейерного, с одной стороны,

и противоречия между конструкцией и декором, с другой, задачу нахождения соответствия вещи и ее смысла, утилитарного предназначения и эстетической значимости блестяще, выразительно, универсально и демократично решает стиль модерн, особенно в области архитектуры, декоративно-прикладного искусства, дизайна. Именно *дизайн* возникает как синтез теории и практики и берется доказать, что вещь в единичности и в комплексе может быть в равной степени привлекательна и хороша; что тираж не противоречит ценности, в том числе эстетической, ведь задача ставится именно как создание высокохудожественных образцов, максимально пригодных для тиражирования; что возможен и необходим синтез функции и эстетически выразительной формы; что ориентация на современность не допускает сиюминутности внешних формальных усовершенствований и злоупотребления декором (например, стулья шотландского дизайнера Ч. Р. Макинтоша; бетонная лестница в особняке Рябушинского, арх. Ф. Шехтель). Вещь, как во времена греков, становится выразителем определенной философии. Технические достижения века востребованы в полной мере, но не выпячивают себя. Пользование, любовование слились здесь с чувством владения, родственного формального и эмоционального созвучия. В отличие от Нового времени, достижение «второй гармонии» не было стихийным, но связано с осознанием задач творца и требований пользователя. Речь впервые идет о выработке модели или концепции взаимоотношения человека и вещи, которую стремятся максимально полно реализовать на практике.

Анализ отношения человека к вещи и предметной среде на разных этапах развития культуры дает возможность провести параллели между представителями этих эпох и современными потребителями дизайна. Понимание приоритетов заказчика или адресата дизайна облегчается обращением к историческому материалу, поскольку в современной полицентричной культуре существуют носители самых разных систем ценностей. Изучая целевую аудиторию проекта, дизайнер вносит вклад в исследова-

ние отношения человека к вещи на современном этапе, создает формы, отвечающие характеру этого отношения.

Темы докладов, рефератов и дискуссий

1. Значение кантовской теории «вещи-самой-по-себе» для понимания природы вещи.
2. Теория опредмечивания в ранних работах К. Маркса.
3. Различение «вещи», «изделия» и «художественного творения» в философии М. Хайдеггера.
4. Изменение отношения к предметности в информационном обществе. Влияние виртуальной реальности на дизайн.
5. Предметная составляющая современных деловых коммуникаций: вещь как носитель фирменного стиля.
6. Сувенир как предмет и вещь. Образ, знак и легенда туристического или бизнес-сувенира.
7. Культурно-историческая взаимосвязь отношения к телу и отношения к предметному миру. Влияние представлений о теле на формообразование предметов (по любой эпохе или культуре).
8. Современные типы отношения к вещам (на конкретных примерах из практики, фильмов, литературы).

Вопросы к практическому занятию

1. Философское содержание понятия «вещь». Сравнительный анализ понятий «предмет», «объект», «вещь» на основе теоретических источников.
2. Этапы и способы освоения тела как вещи. Философские предпосылки эргономики. Влияние переживания тела на параметры предметного мира: анализ конкретных примеров.
3. Философские аспекты рассмотрения вещи. Связь выделенных студентом аспектов с тематикой его магистерской диссертации.
4. Отношение человека к вещи и предметному миру (анализ отдельного исторического этапа, анализ целевой аудитории современного дизайн-проекта).

Контрольные задания

1. Используя понятия «тело» и «телесность», прокомментируйте письменно, возможно с использованием инфографики, следующие фрагменты:

«... В то время как глупость просачивается во все поступки, во все речи людей, нет ли все же какой-то сферы, которая ею не затронута, и не являются ли ею как раз ощущения, кинестезическое восприятие тела? Не составляет ли язык тела, в силу своей дословесной нечленораздельности, единственное человеческое проявление, не отравленное пошлостью и глупостью? Но ведь эта истина ощущений столь близка к немой форме истины вещей, к самой границе небытия — так какая же форма способна уловить ее и сообщить другим людям, преодолевая границы единичного тела?»¹⁷.

«Что такое чаша? Мы говорим: емкость; нечто приемлющее в себя что-либо другое. Приемлющее в чаше — дно и стенки. Это приемлющее можно в свою очередь тоже взять за ручку. В качестве емкости чаша есть нечто такое, что стоит само по себе. Самостояние характеризует чашу как нечто самостоятельное. В качестве самостояния чего-то самостоятельного чаша отличается от предмета. Нечто самостоятельное может стать предметом, когда мы ставим его перед собой, будь то в непосредственном восприятии, будь то в актуализации через воспоминание. Вещественность вещи, однако, и не заключается в ее представленной предметности, и не поддается определению через предметность предмета вообще»¹⁸. Чем, по Хайдеггеру, отличаются друг от друга предметность и вещественность?

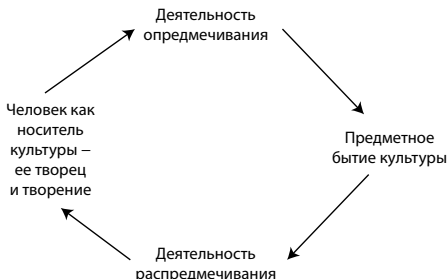
«Самое главное — это сущность вещей, самость вещи, ее самое само. Кто знает сущность, самое само вещей, тот знает все. Самое главное — это знать не просто внешнее и случайное, но знать основное и существенное, то, без чего не существует вещи. То, что пребывает в вещах, а не просто меняется и становится, —

¹⁷ Старобинский Ж. Поэзия и знание: из истории литературы и культуры. М., 2002. Т. 1. С. 463.

¹⁸ Хайдеггер М. Вещь // Хайдеггер М. Время и бытие. М., 1993. С. 317.

вот к чему стремится и философия, и сама жизнь. Однако что же такое сущность вещей? Что такое вещь, именно сама вещь, то в вещи, что не сводимо ни на что другое, ни на какую другую вещь, что есть только она сама, самая сама и ничто другое?»¹⁹.

2. Прокомментируйте схему опредмечивания «„Цепь“ культуры», приводимую М. С. Каганом²⁰. Какова роль предмета в развитии культуры в целом и отдельного человека?



Вопросы для самопроверки

Предлагаемые ниже вопросы охватывают те же предметные области, что и вопросы контрольных тестовых заданий, выполняемых в конце каждой темы курса. Отвечая на них, старайтесь в аргументах использовать теоретические источники по проблемам дизайна, изученные вами.

1. Каково отношение к предмету, каково — к вещи?
2. Объект, предмет, вещь как основания культурных и проектных практик.
3. Может ли дизайнер ставить задачу проектирования вещи? Почему?
4. Может ли вещь снова приобрести статус предмета? За счет чего это происходит?
5. Что такое «система вещей» и чем определяются ее параметры?
6. В каких сферах жизни современный человек наиболее активно занимается распредемечиванием? Как это было прежде?

¹⁹ Лосев А. Ф. Миф, число, сущность. М., 1994. С. 300.

²⁰ Каган М. С. Философия культуры. СПб., 1996. С. 43.

Раздел третий

ДИЗАЙН КАК ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема третья. Эстетическая природа дизайна

Понимание дизайна как эстетической практики, эстетической деятельности уточняет его видение как уникального способа мышления, достигающего тождества целесообразности и выразительности, утилитарного и эстетического. Выразительность формы в дизайне (эстетический показатель) обуславливается четким пониманием ее функционального назначения (утилитарный показатель).

На наш взгляд, самой существенной характеристикой дизайна, зафиксированной в его обозначениях во многих языках²¹, является «эстетическое проектирование». При этом он нигде не относится к художественной сфере (art), тогда как в русской интерпретации почему-то попадает в пространство понятия «искусство». Дискуссии по проблеме эстетического активно велись в 1960–80-е гг., так и не выявив единой по-

²¹ Ср.: Aesthetische Formgebung (нем.), dessin technique (фр.).

зиции. В наиболее распространенном учебнике по эстетике, автором которого является Ю. Б. Боров, упомянуто пять подходов, каждый из которых способен внести вклад в понимание дизайн-проектирования²². Все авторы и подходы настаивают на духовно-ценностной природе эстетических явлений, их нетождественности простому чувству физического удовольствия (прекрасное и приятное — не одно и то же). Эстетическое возникает при чувственном восприятии, но имеет *духовную* природу. На это удивительное качество первым обратил внимание Платон, классифицировавший изобразительные искусства как «подражание подражанию», уводящее от идеи, и вместе с тем признававший возможность познания сути в акте эстетического переживания объекта. Отсюда представляется неправомерным сведение всего пространства эстетического только к совокупности чувственно-воспринимаемой информации, часто встречающееся сегодня. Эстетическое восприятие не тождественно простому чувственному восприятию: созерцание совершается через чувственное впечатление, но *самостоятельно* по отношению к нему. «Оно, скорее всего, остается обращенным к единичному предмету в его неповторимости и индивидуальности, но оно видит в нем то, что не схватывается непосредственно чувствами: в ландшафте — момент настроения, в человеке — момент душевного состояния», — писал немецкий эстетик XIX в. Н. Гартман²³. Это означает, что совокупность объективно существующих, чувственно-воспринимаемых качеств того или иного объекта не приводит к автоматическому возникновению эстетического отношения к нему, а лишь создает предпосылки для него. Совокупность ощущений должна сопровождаться неким духовным переживанием. Отсюда рождается сложное взаимодействие субъективного и объективного, которое нужно учитывать, исследуя как процесс проектирования, так и учитываемый в нем момент рецепции будущей вещи.

²² Боров Ю. Б. Эстетика: в 2 т. Смоленск, 1997. Т. 1. С. 69.

²³ Гартман Н. Эстетика. М., 1958. С. 36.

В курсе обращается особое внимание на трактовку эстетического как *отношения*, которое важно учитывать при разработке формы в дизайне. Основные тезисы таковы.

1. Эстетическое — особый феномен, оно не сводится только к объективным, природным качествам предмета или явления; в противном случае мы не можем объяснить разнообразия индивидуальных вкусов, сменяемости эстетического идеала как в истории, так и на протяжении жизни отдельного человека. Выяснению этого вопроса была посвящена длительная дискуссия, ведшаяся в отечественной эстетике на протяжении более 30 лет. Наконец, сегодня эта точка зрения транслируется как основная, хотя по-прежнему с трудом укладывается в обыденном сознании, привыкшем искать предметный субстрат всякой ценности.

2. Эстетическое не сводится только к субъективной реакции на предмет или явление, иначе не было бы каких-либо закономерностей в его создании и восприятии. Субстратом эстетического выступает особое *отношение*, возникающее между человеком и предметом (явлением). Отметим, что в 1960–80-х гг., делая акцент на первичности отношения в формировании эстетической ценности, представители уральской философской школы (А. Ф. Еремеев, Б. М. Марьев, Б. В. Орлов, Л. А. Закс и др.) не упоминали о родстве своего подхода экзистенциализму С. Киркегора, Н. А. Бердяева или М. Хайдеггера, однако теперь можно констатировать единство методологических оснований анализа эстетического — конечно, при существенной разнице стиля изложения.

Эстетический взгляд, в отличие от утилитарного, прежде всего «не заинтересован». В нем нет оценки с позиции непосредственной практической выгоды. Поэтому чаще всего эстетическое сознание формируется, когда первичные утилитарные нужды уже удовлетворены. Несмотря на тезис о тождестве утилитарного и эстетического в продуктах дизайна, первоначально необходимо разведение, даже противопоставление двух подходов к миру и двух типов ценностного сознания.

Утилитарный подход целенаправлен и в силу этого *частичен*. В объекте интерес представляет только то качество или свойство, которое способно удовлетворить конкретную нужду, конкретную потребность. При таком взгляде объект, в общем-то, перестает существовать как целое. В нем выделяются и оцениваются лишь отдельные элементы. Объект (и мир в целом) деформируется в подобном отношении, сужается до набора качеств, удовлетворяющих сиюминутным интересам. В эстетическом отношении происходит оценка *целого*. С одной стороны, это предполагает духовно-психическую соразмерность оцениваемого объекта человеку. С другой — приводит к важности всех, даже мельчайших, элементов для формирования эстетического представления.

Поскольку любое отношение — это взаимодействие, качества которого в равной мере затрагивают обе его стороны, то утилитарный подход превращает человека в неполное, *частичное существо*. Бытие сужается до одной или нескольких составляющих, что противоречит одному из первостепенных стремлений человека как системы, устроенной по органическим законам, — стремлению к целостности. Польза необходима, но обратной стороной этой необходимости выступает утрата себя, в определенной мере — отчуждение от себя. Поиск самостождественности возможен именно на путях переживания прекрасного, красоты (и других эстетических явлений).

В утилитарном отношении человек *зависит* от объекта. Если исчезает объект, потребность возникает снова. Отсутствие объекта — это повод для неудовлетворенности. Само по себе это не плохо и не хорошо, просто такого рода зависимость есть, но она не может абсолютизироваться, поскольку не позволяет человеку раскрыть всю полноту бытия. В эстетическом отношении зависимость исчезает, в силу своей духовной ориентированности переживание может актуализироваться и в отсутствие объекта. Тогда итогом эстетического акта можно считать обретение духовной свободы в отношениях с миром.

Механизм эстетического переживания сложен и неповторим. Вырастая из *чувственного* контакта с объектом, оно имеет *духовно-ценностную* природу и отвечает потребности человека в самоопределении. Утилитарное отношение, связанное с пользой и использованием, неизбежно односторонне и, в свою очередь, приводит к односторонности человеческих проявлений в нем, к зависимости от него. Эстетическое отношение выполняет уникальную функцию в жизни человека: оно позволяет выйти за узкие рамки сугубо природного существования и способствует сохранению и утверждению «положительного человеческого смысла» (А. Ф. Еремеев) предметов, явлений действительности и проявлений человека. Это определяет следующие социальные ожидания по отношению к объектам дизайнерского проектирования:

- чем более разрозненной, дисгармоничной является предметная среда, тем больше потребность в эстетических продуктах;

- удовлетворить ее способны те виды и формы предметной деятельности, в которых, наряду с прагматическим началом, присутствует эстетический подход. Потенциал традиционных практик — ремесла, декоративно-прикладного искусства — недостаточен в условиях массового производства и потребления. Дизайн отвечает на вызов дисгармонии и хаоса в предметном мире;

- эстетические задачи при формировании предмета (объекта) не могут решаться изолированно от всех остальных. Порой для студента самое сложное — это увидеть, что эстетическое в дизайне является обратной стороной утилитарного, и наоборот. Не только самое удобное оценивается как красивое и способствует гармонизации, но красивое воспринимается как наиболее удобное, является им.

Дизайн целенаправленно творит красоту, установка на создание которой до него была прерогативой искусства, но при этом утилитарное не отрицается и не уходит на второй план, а приходит к диалектическому единству с эстетическим. «Ди-

зайн — воссоздание единства функции и эстетически значимой формы», — отмечает немецкий архитектор, родоначальник дизайна Г. Земпер. Особенность первых эстетических устремлений дизайнеров заключалась в поиске этого единства в целях преодоления безвкусицы, излишней декоративности и обманчивой внешности вещей. Думается, что отправной точкой здесь можно считать Всемирную выставку 1851 г. в Лондоне. Призванная продемонстрировать достижения английской и мировой индустрии, она показала и заметное падение культуры именно индустриального, массового производства, чувства формы, материала, конструкции, утрату естественной целесообразности изделий, простоты. Главный потребитель того времени — средний класс — требовал декора, вычурности, аляповатости, принимаемых за проявления хорошего (читай: буржуазного) вкуса. Отождествляя художественное и эстетическое, первые дизайнеры XIX в., такие как англичанин У. Моррис, считали свою деятельность художественной по сути, имея в виду прагматическую незаинтересованность адресата. Они стремились преодолеть крайности в формообразовании и нередкое уродство вещей, предлагая вернуться к ручному труду, оцениваемому поначалу как гарантированный путь к чистоте линий, красоте и смелому вторжению художественного подхода в практическую сферу. Обжиг стекла, глазировка черепицы, вышивка, резьба по дереву, граверное дело, гончарное и переплетное ремесла, ткачество и ковроткачество, иллюстрация книг — вот те производства, которыми сам Моррис мастерски владел и в которых стремился вывести на первое место именно эстетические требования к вещам, духовно созвучным человеку. Именно с моррисовских опытов начинается традиция создания ансамблей вещей, целостной среды обитания, являющаяся прерогативой дизайна. Однако художественный подход предполагает удвоение реальности, к которому вовсе не стремится дизайн при создании вещей.

В отличие от своих далеких предшественников, действовавших интуитивно и спонтанно, дизайнеры исходят из осоз-

нанной установки на гармонизацию предметной среды. В работе происходит не только усвоение опыта предшественников, но и формирование собственной концепции, программы, мировоззренческой позиции, включающей определенное представление о человеке, его потребностях, нормах вкуса, образе жизни и т. д. Дизайнер добивается в вещи тождества с целесообразным, утилитарным, прагматическим²⁴ так, чтобы эти качества обуславливали друг друга и выражались одно через другое.

Ситуация проектирования сегодня осложняется неоднозначностью эстетических значений. Исследователи чаще всего представляют процесс как смену одной системы ценностей другой. На деле, как минимум, четыре различных системы представлений о прекрасном (безобразном, гармоничном, выразительном) сосуществуют в современности, в том числе и в сознании отдельного человека, существенно осложняя оценку готовых продуктов дизайна. Представим авторскую классификацию системы эстетических ценностей:

— традиционалистская — с ориентацией на канон, стереотип, традицию при низкой активности субъекта, в основном некритически усваивающего готовый эстетический опыт, связанная с шаблонностью синкретических оценок (красивое = доброе = необходимое = полезное);

— классическая — с четкой, рационально выводимой системой представлений об оппозиции прекрасного и безобразного, а также идеале, в наибольшей степени воплощающемся в искусстве, при необходимой эстетической воспитанности и образованности субъекта, выносящего эстетическую оценку;

— постнеклассическая — с ее отказом от системности и иерархии ценностей, формированием «паракатегорий»

²⁴ «Если бы дизайн повседневных вещей определялся эстетикой, то в жизни, возможно, было бы больше прекрасного для глаз, но многое стало бы непрактичным,— замечает по этому поводу американский теоретик Дональд А. Норман,— если бы дизайн стал наконец функциональным, то в жизни многое стало бы более удобным, зато куда более ужасным» (Norman D.A. *Dinge des Alltags: Gutes Design und Psychologie fuer Gebrauchsgegenstaende*. Frankfurt; New York, 1989. S. 179).

(В. В. Бычков), смешением искусства с другими видами деятельности и перенесением акцента на восприятие ценности субъектом;

— информационная, связанная с визуализацией культуры, профанированием большинства эстетических ценностей, стремлением к интерактивности (например, «прикольно» как оценка процесса, активизирующего зрителя), клиповостью мышления, снижением степени духовности в массовых эстетических продуктах при продолжающемся формировании разряда условно-элитарных вещей, артефактов, арт-объектов.

Границы эстетических парадигм достаточно наглядны при оценке человеком самого себя, конечно, с учетом психологического возраста, уровня саморефлексии. Момент взросления, формирования «Я-концепции», скорее всего, сопровождается переходом человека от традиционалистски-безличностной к классической системе представлений о прекрасном и безобразном.

Для постмодернистского подхода, в отличие от классической эстетической парадигмы, характерны размывание ценностных конвенций, субъективизм и релятивизм оценок. В этом смысле он вполне инструментален при вынесении суждений о моде или какой-либо рекламе, напрямую не касающейся психосоматического и духовного состояния человека: сегодня нравится, завтра не нравится; сегодня казалось уродливым, завтра воспринимается как желаемое. Подойти подобным образом к оценке собственной внешности или тела чрезвычайно затруднительно, особенно представительницам женской части человечества, которым важно знать, красивы ли они, хороши ли и т. п. Глядя в зеркало, человек соотносит себя с идеалом, даже если подобная категория отсутствует в его лексиконе, а значит, переходит в классическую или близкую к классической систему эстетических координат.

Если представить телесность и предметность как многослойный «кокон», окутывающий «Я» и позволяющий ему выражать себя, то чем психологически и духовно ближе оцениваемый продукт находится к самости, тем активнее влияние вер-

тикали «прекрасное — безобразное». Соответственно то, что находится на смысловой периферии, подвержено воздействиям моды, искусства, общекультурных тенденций. При проектировании продукта дизайна, еще на этапе предпроектного анализа, необходимо изучить целевую аудиторию, ее эстетические запросы и учитывать это в формообразовании.

Завершая сказанное, еще раз подчеркнем, что эстетические эмоции, эстетические переживания неотрывны от интеллектуальной деятельности, их не случайно называют «умными» чувствами. Именно благодаря этому в продуктах дизайна возможно достижение тождества эстетических и утилитарно-функциональных характеристик. Выразительная форма является удобной и практичной, и как раз удобство и практичность, продуманные проектировщиком, приносят в нее индивидуальные черты. Эти знания необходимы дизайнеру как при разработке, так и при экспертизе формальных решений.

Темы докладов, рефератов и дискуссий

1. Дизайн как эстетическая деятельность. Соотношение выразительности и целесообразности в дизайне. Особенности эстетического формообразования в различных видах и продуктах дизайна.
2. Современные представления о красоте: факторы формирования, пути проявления.
3. Соотношение эстетического и художественного в продуктах дизайна.
4. Учет системы эстетических ценностей адресата дизайна при проектировании продукта: на примере проектов по графическому и средовому дизайну.

Вопросы к практическому занятию

1. Структура эстетической ценности и ее отличие от других видов духовных ценностей.
2. Необходимость в гармонии предметного мира: что есть гармония в современной культуре?

3. Античные представления о соотношении целесообразного и прекрасного и их значение для осмысления дизайн-процесса XX в.

4. Анализ авангардных направлений в современном индустриальном и графическом дизайне.

5. Следует ли потакать заказчику с невысоким уровнем эстетического вкуса и до какого момента это можно делать?

Контрольные задания

1. Прокомментируйте следующее высказывание И. Канта:
«... Понятие объекта, в той мере, в какой оно содержит одновременно и основание действительности этого объекта, называется целью, а соответствие вещи той структуре вещей, которая возможна лишь согласно целям, называется целесообразностью ее формы»²⁵.

Как можно определить с этих позиций целесообразность продуктов современного дизайна? Может ли стать такая целесообразность дополнительным конкурентным преимуществом продукта дизайна? Можете ли вы в вашей проектной деятельности учитывать кантовский подход?

2. Познакомьтесь с моделью образования первых студентов-дизайнеров в дизайнерской школе «Баухауз» (Германия, 1920-е гг.). Зачем в ходе подготовки студенты получали художественные и ремесленные навыки, что это дает будущему создателю предметных форм?

Студенты с первого курса занимались по определенной специализации (керамика, мебель, текстиль и т. п.). Обучение разделялось на техническую подготовку (Werkleehre) и художественную подготовку (Kunstleehre). Занятие ремеслом в мастерской института считалось необходимым для будущего дизайнера, потому что, только изготавливая образец (или эталон), студент мог ощутить предмет как некоторую целостность и, выполняя эту работу, контролировать себя. Минуя непосредственное общение с предметом, будущий художник-конструктор мог стать

²⁵ Кант И. Критика способности суждения. М., 1994. С. 51.

жертвой одностороннего ограниченного «машинизма», поскольку современное производство делит процесс создания вещи на разоб- щенные операции. Но, в отличие от традиционного ремесленного училища, студент «Баухауза» работал не над единичным предме- том, а над эталоном для промышленного производства²⁶.

3. Рассмотрите табл. 1. Сфера ювелирных изделий — одно из наиболее наглядных мест пересечения художествен- ного и дизайнерского проектирования. Приведите примеры сосуществования дизайнерского и художественного начал в других феноменах современной культуры — имиджмейкинге, архитектуре, костюме, моде и т. п.

Таблица 1

Сравнительный анализ ювелирного искусства
и ювелирного дизайна

Критерии сравнения	Ювелирное искусство	Ювелирный дизайн
Социокультур- ные условия формирования	Эпоха ранних цивили- заций; генезис про- фессии из ремесла по изготовлению амуле- тов и оберегов	Начало XX в.; переход к массовому производ- ству и потреблению декоративных укра- шений и аксессуаров; расширение техниче- ских и технологиче- ских возможностей мастера
Функция в культуре	Передача духовного опыта — религиоз- ного, сакрального, социального, эстети- ческого	Декоративная функ- ция
Потребитель- ская аудитория	В основном высшие слои общества	Общество в целом

²⁶ Холмянский Л. М., Шипанов А. С. Дизайн. М., 1985. Режим доступа: http://sreda.boom.ru/libr/history/libr_bauhaus.htm

Продолжение табл. 1

Критерии сравнения	Ювелирное искусство	Ювелирный дизайн
Социокультурный контекст, ориентация на ценности	Элитарность, статус и репутация, сохранение и накопление, музеи	Массовость; имидж; использование; повседневность
Факторы, влияющие на конечную форму изделия	Вкус конкретного заказчика или относительно небольшой социальной группы; морально-религиозные нормы; реже — стоимостные показатели	Модные тенденции; стереотипы массового сознания; окупаемость изделия
Задача изделия	Демонстрация социального статуса и богатства владельца; аккумуляция родового опыта; духовно-психологическая защита	Эстетическо-декоративная функция; имидж владельца; индивидуализация облика человека
Методы проектирования	Художественно-образный	Эклектика, стилизация, работа по мотивам, морфологический, художественно-образный
Идеал	Наличие идеала или эталона, фиксированных объективных параметров изделия	Отсутствие идеала, отсутствие иерархической системы оценки изделия, субъективация оценки
Критерии качества	Единичность («штучность»), (физический) объем, мастерство, индивидуальный стиль автора (либо выражение стиля эпохи)	Тираж, окупаемость, сочетаемость с другими аксессуарами, учет модных тенденций, соответствие look, имиджевые характеристики

Критерии сравнения	Ювелирное искусство	Ювелирный дизайн
Самосознание мастера	Создание художественного произведения, шедевра	Создание бренда, организация производства
Отношение к материалу	Использование драгоценных и редких материалов	Отсутствие четкой границы между материалами
Временные ориентиры	Связь с традицией, прежде всего на уровне символики, орнамента, формальных и технологических приемов	Новизна

Вопросы для самопроверки

Предлагаемые ниже вопросы охватывают те же предметные области, что и вопросы контрольных тестовых заданий, выполняемых в конце каждой темы курса. Отвечая на них, старайтесь в аргументах использовать теоретические источники по проблемам дизайна, изученные вами.

1. На чем базируется эстетика в дизайнерском продукте? Может ли существовать и быть востребованным дизайн без эстетического компонента?

2. Какие качества мышления необходимы дизайнеру для того, чтобы проектировать эстетические объекты?

3. Что такое арт-дизайн? Каковы его продукты и запросы потребителей?

4. Что предполагает дизайн как эстетическое проектирование?

5. Может ли дизайнер использовать эстетику безобразного? Если да, то в каких случаях?

Раздел четвертый

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ

РАССМОТРЕНИЯ ВЕЩИ

Тема четвертая. Специфика проектирования
вещи в дизайне

Дизайн представляет собой один из видов проектной деятельности. В отличие от животного, мышление человека гораздо более гибко. «По своему умному и нетленному духу мы — как бы живущее умной жизнью золото, способное [своей ценностью] сообразовываться со всеми вещами», — писал философ Николай Кузанский²⁷. Известна и фраза К. Маркса о человеке как единственном существе, способном проектировать по мере любого вида. «Животное строит сообразно мерке и потребности того вида, к которому оно принадлежит, тогда как человек умеет производить по меркам любого вида и всюду он умеет прилагать к предмету присущую мерку; в силу этого человек строит также и по законам красоты»²⁸.

²⁷ Цит. по: Лосев А. Ф. Эстетика Возрождения. М., 1975. С. 307.

²⁸ Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 г. // Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. М., 1956. С. 517.

В этом, по мнению К. Маркса, заключается превосходство самого плохого архитектора над самой хорошей пчелой. Человек свободен в поисках меры, его мышление способно перестраиваться. Животное при создании тех или иных форм действует в рамках инстинкта, будучи ограничено генетически заложенной информацией. Констатируя эту гибкость, ни в коем случае нельзя впадать в релятивизм. Фантазия дизайнера не безгранична. Главной отправной точкой любой проектной деятельности выступает сам человек. Поиски разнообразных «мер» есть поиски средств на пути достижения главного результата — гармонии предметной среды и людей, в ней существующих. «Вторая природа» отличается от «первой» именно тем, что создается людьми и для людей.

Проект в дизайне ориентирован на потребности конкретного человека (группы), что определяет степень новизны, пути и формы создания нового. Мотив проектной работы заключен в соответствии человеку, отсюда укорененность инновации в настоящем, раскрытие потенциала уже имеющейся ситуации, без слепого воссоздания традиции (ремесло), но и без ненужного авантюризма, уводящего от действительности в мир фантазий (искусство, анимация) и, скорее, пугающего, чем располагающего к себе потребителя дизайна.

Рассмотрение проблем проекта вплотную соприкасается с проблемами дизайнерского творчества — от онтологических, связанных с «переходом из небытия в бытие» (Платон), до профессионально-этических, таких как ответственность за проект и его реализацию, честность осмысления проектной ситуации, компетентность, коммуникабельность при работе в команде и взаимодействии с заказчиком. Особое место сегодня занимают темы концептуальных проектов и выбора методов проектирования. Наконец, следует определить хотя бы стандартные ситуации нарушения правил проектирования в дизайне и выявить обстоятельства, им сопутствующие.

В целом проектное мышление характеризуется следующими чертами:

- оно вырастает «из настоящего» — как ответ на ту или иную актуальную потребность, но предполагает реализацию в будущем;

- его результатом может быть как материальный, так и духовный продукт, форма которого обусловлена этой потребностью (целью);

- оно представляет собой синтез воображения и абстрактного мышления, воображения и рассудка, в нем обязательно присутствует слово, в т. ч. для автокоммуникации. Воображаемое конкретно, но в этом виде оно еще не родилось. Рассказать о нем, обсудить варианты возможно только с помощью слов, природа которых предрасполагает к невольному обобщению. Образ, видимый проектировщиком во всем его своеобразии, до момента его опредмечивания существует в сознании любой аудитории как результат донесения более-менее обобщенной информации (возможно, сопровождающейся индивидуализацией и конкретизацией — уже за счет работы воображения субъектов из числа воспринимающих);

- смутный образ, рождаясь, требует словесного обозначения. Как показал Аристотель, чем точнее сформулирована *цель* проекта, тем адекватнее форма. Напротив, вербальная неточность свидетельствует о недостаточно активной работе проектного мышления, небольшом числе шансов на ее завершение и предметную реализацию, что налагает дополнительную ответственность на отношения заказчика (потребителя) и дизайнера;

- при проектной деятельности сознание нацелено в будущее, реализуя способность предвосхищения, *антиципации*, предполагающей «вырастание» будущего из *настоящего*. Уже поэтому нечто может быть названо «проектом», только если предполагает осуществленность. И напротив, неосуществленная идея полностью не отвечает содержанию понятия «проект». Отчасти это объясняет обращение проектировщиков к формам

и формообразованию в природе, как бы подготавливающей почву для будущих культурных форм;

— в проектном мышлении происходит синтез внутреннего, сокровенного, присущего творцу, и внешнего, даваемого культурой, социумом. Для продуктивной проектной деятельности важна степень осознанности индивидуальных мотивов, образов, алгоритмов действия, свидетельствующая о профессиональном самосознании и возможности их использования в конкретной ситуации либо выработки новых мотивов и алгоритмов в случае недостаточности уже существующих. Инструментарий творца и сами качества мышления, как сильные, так и слабые, будучи осознанными, входят в «Я-концепцию», усиливают четкость и эффективность деятельности;

— проект (как процесс и результат реализации проектного мышления) представляет собой консистенцию самых различных знаний, начиная от свойств материала или технологии и заканчивая методами исследования потребительской аудитории. Знание представляет собой коллективный социальный продукт, интериоризуемый человеком. Проект — вариант предметного воплощения знания, индивидуальная форма представления социальной информации;

— согласно аналитической психологии, проект может быть неосознаваемой реализацией архетипических структур, не заполненных культурой, в которой существует создатель. В этом случае нечаянное совпадение с потребителем, находящимся в тех же обстоятельствах, может привести к интенсивной реакции на форму, предлагаемую проектировщиком;

— в проектном дискурсе присутствует *игровой* момент, сближающий его с эстетическими видами деятельности — самценными, имеющими цель в самих себе;

— проект — это единство отражения и преобразования действительности. Масштабы того и другого меняются в ходе исторического процесса, прежде всего в связи с развитием практики и расширением представлений о мире;

— проект осуществляется как единство новаторского и репродуктивного, соотношение которых меняется в различных проектах. Перевес инновационного в самой форме неизбежно вызовет ее отторжение от аудитории, особенно среднего возраста, поскольку человек негативно воспринимает абсолютно новое, незнакомое, требующее больших психических усилий по его освоению. Доминирование репродуктивного обернется каноном, предполагающим минимальную новизну, что не всегда хорошо в современной социокультурной ситуации²⁹.

Выявление пар амбивалентных характеристик обеспечивает диалектичность и полноту рассмотрения проектности в дизайне как особого вида мышления. Оно может быть использовано в части магистерской диссертации, посвященной разработке и обоснованию концепции «Дизайн проекта», если у студента имеется необходимость проиллюстрировать ход собственного проектного процесса.

В дизайне изначально присутствует социально-коммуникативный аспект, усиливающийся современной социокультурной и экономико-хозяйственной ситуацией, в которой на смену идеям функциональности и менеджмента приходит идея совершенствования связей между людьми. Сказанное обуславливает выбор методов и путей комплексного, социально-ориентированного анализа *предпроектной* ситуации. Социологический анализ затрагивает в первую очередь изучение параметров потребительской аудитории, ее интересов, предпочтений, ожиданий и возможностей. В случае не слишком масштабного проекта дизайнер может пользоваться статистическими данными либо самостоятельно проводить небольшие опросы по тем или иным проблемам. Анкеты с вопросами открытого типа, помимо получения количественной информации, позволяют расширить диапазон видения предпроектной ситуации.

²⁹ Ср. слова немецкого дизайнера М. Хоффмана: «Истинный дизайн — это умение создать нечто новое, но при этом интуитивно ожидаемое, понятное многим. Кроме того, новая вещь должна быть проста в производстве, удобна и продаваема». Режим доступа: URL: <http://www.indexmarker.ru/reading/>

Социокультурный анализ предполагает исследование системы ценностей и образа жизни потребителей, выводя на первое место аксиологические показатели — отношение к стилю, модным тенденциям, установку на элитарность или демократизм, приоритетные *качественные* характеристики. Сегодня, в связи с развитием маркетинговых технологий, эти показатели все чаще выходят на первое место.

Экономический анализ обеспечивает адекватность ситуации проектирования. Очень часто заказчик произносит фразу о том, что «не нужно ничем себя сковывать, только свободно творить», а позже сам ужасается стоимости спроектированного. Чтобы этого не происходило, экономические параметры проектирования необходимо прояснять с самого начала. Это особенно важно, когда стоит задача создания более дешевого или экономичного продукта, чем уже существующие.

Коммуникативная задача дизайнера при обращении к другим специалистам, например социологам, заключается в умении сформулировать основную проблему опроса, дать техническое задание. В более локальных и простых случаях дизайнер может проводить отдельные опросные действия сам. При этом он не претендует на подмену специалиста, а интегрирует лишь те знания прилежащей области, которые необходимы для формирования полной картины предпроектной ситуации. В том и другом случае необходимо хотя бы минимальное освоение категориального аппарата той отрасли, к которой обращается проектировщик.

К наиболее дискуссионным моментам можно отнести необходимость и объем *анализа существующих аналогов* на этапе предпроектной ситуации. С одной стороны, диалог с предшествующими разработками необходим. С другой стороны, происходит «замыливание» образа, чреватое утратой инновационности.

Реализация проектного замысла дизайнера может происходить разными путями. Наиболее распространенные из них — образ и концепция.

Сравнительный анализ концептуального проектного и научного мышления. Чем более дисгармоничным становится предметный мир человека XXI века, в особенности горожанина, тем актуальнее звучит вопрос концептуального проектирования, предполагающего высокую степень осмысленности (и зачастую — целесообразности) создаваемой формы и ее предметно-пространственного окружения. Объекты концептуального дизайна видятся в этой связи не столько более дорогостоящими или «заумными», сколько отвечающими конкретным запросам — человека, места, коммуникативного или маркетингового проекта и т. п. При этом нужно изначально понимать разницу мышления теоретиков и практиков. Для первых концепция — основание и стержень формирования последующего развернутого текста или речевого высказывания. Для вторых — основа формообразования, происходящего уже не в идеальной сфере, а в реальности. Таким образом, архитектор или дизайнер работает как бы в двух «мирах» — идеально-духовном и материально-предметном: концепция воплощается в адекватной ей материальной форме, тогда как теоретик не покидает пространства мысли. Сказанное требует уточнения специфики концептуального мышления в проектных видах деятельности.

Представители прикладных гуманитарных дисциплин, наиболее близких к философии дизайна, определяют концепцию следующим образом: «Концепция — (лат. *conceptio* — понимание, единый замысел, ведущая мысль) — система взглядов, выражающая определенный способ видения (точку зрения), понимания, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов и презентирующая ведущую идею или (и) конструктивный принцип, реализующие определенный замысел в той или иной теоретической знаниевой практике»³⁰. Как видим, здесь ничего не говорится о возможном переводе концептуального знания в предметные формы. Зато подчеркивается, что концепция репрезентирует некую идею или установку,

³⁰ Социология: энциклопедия / сост. А. Грицанов [и др.]. М., 2003. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/>

а также предполагает процесс их реализации. Следовательно, в первом приближении концепция в проектной деятельности может быть определена как система взглядов архитектора или дизайнера на практическую и репрезентативную реализацию его проектной установки. Если, согласно определению ICSID, дизайн представляет собой формотворческую деятельность, можно предположить, что эта реализация будет происходить в предметной форме.

В качестве самостоятельного интеллектуального продукта концепция «расположена» между *парадигмой* как всеобщезначимым и принятым на данном этапе сводом правил и норм мышления и индивидуальным авторским *замыслом* формы; она системна, т. е. целостна; определяет способ видения (возникающего) объекта, организует выбор выразительных средств и их сочетаемость между собой.

Концептуальное мышление в науке (применительно к естественным наукам) изучено усилиями английских философов — Р. Дж. Коллингвуда (1889–1943) и С. Э. Тулмина (1922–2009). Для них важна связь познавательных и мыслительных принципов естественных наук с «общими доктринами». Соотнесение обеспечивает логику исследовательских ходов, а также дает возможность самооценки. Ученый видит результаты своей работы связанными с общенаучными процессами, с динамикой, осуществляемой всем научным сообществом на данном этапе. Эти общие принципы и есть концепции.

При такой интерпретации становится понятным присутствие в термине приставки *con-*, означающей собирание, соединение. Разрозненные опытные данные, наблюдения и эксперименты обретают смысл в соотнесении с общенаучным видением объектов изучения. В противном случае ученому или творцу грозит уход в ненужное, случайное, неактуальное знание. Помимо прочего, концепция соотносит его индивидуальный поиск с действиями научного сообщества в целом.

Р. Дж. Коллингвуд упоминал, но не определял факторы формирования и изменения концепций. Между тем именно этот вопрос интересует нас сегодня в условиях нарастающего их числа в области дизайнерского проектирования.

В силу своей связи с ценностно-мировоззренческими установками концепция имеет выраженное личностное начало и глубоко связана с убеждениями носителя, в том числе проектировщика. Поэтому смена исходной концепции (по Р. Дж. Коллингвуду, С. Э. Тулмину) — наиболее радикальное состояние, которое может испытывать человек. Задаваясь вопросом об ее источниках, С. Э. Тулмин признает роль «бессознательных» предпосылок. Они глубинны, не всегда осознаются автором, но имеют решающее значение. Автору он предоставляет право «отбора» наилучшей, с его точки зрения, идеи из числа многих пришедших. Критерии отбора, по мнению С. Э. Тулмина, связаны с *контекстом* теоретической работы.

Итак, в первом приближении, после изучения теоретических взглядов на концепцию как таковую, ей можно предписать следующие характеристики:

- 1) концепция обеспечивает единство проектного замысла, а также единство замысла и путей его реализации;
- 2) концепция обеспечивает логическую связь подбираемых автором элементов ее оформления или реализации;
- 3) концепция не только выражает в концентрированной форме идею (конкретизирует идеологические, ценностные, мировоззренческие установки творца), но и определяет релевантные области применения основной идеи проекта;
- 4) концепция может определять этапы реализации проекта;
- 5) концепция — оригинальна, потому что она является продуктом авторской деятельности;
- 6) в противоположность доктрине концепция способна быть гибкой, развиваться, видоизменяться;

7) на концепцию формообразования в дизайне влияет не только парадигма мышления на данном этапе (внешние факторы), но и бессознательное, не осознаваемое автором (внутренние факторы);

8) концепция, даже будучи авторской, подразумевает наличие связи с общетеоретическими или общедисциплинарными установками;

9) наличие концепции свидетельствует о более высоком уровне авторского самосознания;

10) концепция обусловлена парадигмой мышления и поэтому включает в себя ценностные и мировоззренческие установки;

11) для достижения большей ясности выражения концепция может быть преподнесена с использованием метафор, образов, аналогов и т. п. — это и есть точка «перетекания» термина в плоскость дизайна и других проектных практик.

Поскольку концепция содержит в себе определенные ценности, ее наличие способно повлиять на коммуникации дизайнера и его объекта с заказчиком, средой, аудиторией. Концептуальный проект возвращается к своей главной миссии — созданию гармоничной предметно-пространственной среды жизни людей на конкретно-историческом этапе развития цивилизации.

С помощью табл. 2 можно определить место концепции в проектно-творческой деятельности как **переходного звена от мировоззренческого к творческому** уровню. В свою очередь концепция определяет выбор формообразующих приемов, методик, алгоритмов в практическом проектировании и реализации проекта. Концепция формообразования требует своего «перевода» в практический, предметно-оформленный план, поэтому сопровождается эскизами, прорисовками и т. п. Они — лишь средства выражения и оформления концепции, с которыми ее нельзя отождествлять.

Таблица 2

Уровни проявления проектности в архитектуре и дизайне:
контекст формирования концептуального мышления

Уровни проявления профессионального мышления	Продукт	Цель
Метатеоретический и мировоззренческий	Методология проектной деятельности и ценностно-мировоззренческие установки	Постижение существенных законов и характеристик проектируемого объекта
Теоретический	Методика проектирования	Выявление закономерностей; поиск мыслительных инструментов проектирования
Практический	Алгоритм или проектное действие	Сбор данных, накопление опыта как их совокупности

Наиболее активно используемыми являются сегодня концепции, связанные с идеями здорового образа жизни, экологии, снижения энерго- и ресурсопотребления, толерантности и полицентричности культуры, активного взаимодействия людей различных возрастов, социальных групп и т. п.

Разобравшись в этом, можно заключить, что главные требования в подходе к проекту вещи в дизайне заключаются в следующем:

1) в осознанной соразмерности (мере) будущей вещи человеку, создании вещи для конкретно-исторического человека, система ценностей, психологические и ментальные особенности, бытовые привычки, нормы поведения и вкусы которого известны дизайнеру и учитываются на всем протяжении проектирования;

2) доминанте эстетического отношения, приводящего к формированию новых упорядоченных структур посредством преодоления стереотипных культурных образцов и реализации принципа целостности;

3) осознанной и первостепенной цельности представления будущей вещи, детерминирующей все ее частные свойства и качества;

4) конкретности проектирования, обеспечивающей связь возникающей вещи с существующим предметным миром;

5) связи функциональных показателей проектируемой вещи с состоянием человека, ее использующего. Результатом проектирования в дизайне в этом случае будет возникновение продуктов «второй природы» и утверждение человека как творческого и деятельного существа, продолжающего и раскрывающего потенции бытия.

Тема пятая. Понятие «форма» в философии дизайна

Наиболее полное и адекватное дизайну представление о форме было разработано в античной философии, поскольку античная культура имела своим основанием ремесленное производство, связанное не только с созданием материальных форм, но и с проекцией механизмов ремесленного труда на все сферы жизни и мышления. Под формой (*эйдосом*) понимали невещественную структуру, содержащую наиболее существенные характеристики предмета. Известно, что Аристотель настаивал на обязательной соотнесенности формы с материей, а к числу существенных характеристик относил как всеобщие, так и единичные, определяющие неповторимые особенности данной вещи. Его трактовка формы до сих пор актуальна, когда речь идет о процессах реализации какой-либо идеи в материале. Согласно ей, «форма» обозначает существенную природу вещи, обуславливающую все ее проявления, в том числе фигуру, очертания. Форма есть то, за счет чего определенная вещь есть именно та, которой она является. В этом смысле, как уже

говорилось, форма есть для каждой и всякой вещи причина ее бытия. Основывая вещь как определенное бытие, форма отделяет ее от всего, что она не есть. По Аристотелю, форма представляет собой границу вещи — то, что и где она есть. В этом смысле форма перестает быть чем-то внешним по отношению к любому объекту, а задает его отдельность и своеобразие. Отсутствие формы — это отсутствие вещи, ее недостатки — это недостатки вещи. То есть форма — это природа вещи, сказывающаяся, в том числе, и во внешних ее проявлениях.

Определение формы как причины существования наводит на мысль об органичности связей всех элементов и частей. Вещь не возникнет до тех пор, пока в процессе изготовления форма не соберет эти части воедино. Напротив, конец существования вещи связан с разрушением этих связей, расчленением формы, утратой формального своеобразия и обособленности. Дизайнеру нужно знать границы возможных нарушений целостности, если он задумывается о значимости и возможностях бытия вещи в культуре.

Аристотелем выделяются «первые сущности» — единичных конкретных вещей, «вторые» — родов и видов, общего, неразрывного с единичным и без него невозможного. В отличие от Платона, последовательное развитие взглядов которого неизбежно приводит нас к признанию ограниченного числа вещей, каждая из которых содержит все родовые качества и, значит, не отличается самобытностью, Аристотель настаивает на первичности и самостоятельном существовании особенного, а не общего: форма есть минимально общее. Процесс постижения сущности, соответственно, начинается с первых сущностей. Это разделение ставит проблему правильной формулировки целей работы дизайнера. Проектное задание, конечно, может указывать на видовую принадлежность: детский уголок, календарь, светильник и т. д. Однако создатель формы ничего не добьется, двигаясь абстрактно-всеобщим путем. Его задачей является выяснение необходимых характеристик будущей единичной формы как «минимально общего», что есть в вещи.

Знание единичного и особенного должно соотноситься со знанием всеобщего, но не всецело определяться последним.

Возникновение формы, по Аристотелю, связано с наличием динамической и целевой причин вещи. Выделение динамической причины в качестве особой составляющей процесса возникновения вещи позволяет рассматривать форму не только как актуальное, но и как потенциальное бытие, притом в двух аспектах: соответствия идеи возможностям материи, а также видения каждой формы в цепочке превращений в следующую, более сложно организованную. Целевую причину не следует рассматривать как нечто исключительно внешнее. Цель — это форма, которая должна стать внутренне присущей вещи, а форма — это цель, которая уже стала внутренне присущей вещи. Отсюда форма закономерна и необходима. Случайные признаки и качества уводят от ее совершенства, мешают реализации сущности.

В XX веке на целесообразность формы обращали особое внимание и порой абсолютизировали этот момент, доходя до голого схематизма. Позиция одного из первых советских модельеров Н. П. Ламановой, высказанная в статьях 1920-х гг., поражает взвешенностью и диалектичностью. Противопоставляя «фасон», который вуалирует как фигуру, так и особенности ткани, и «форму», призванную стать основой нового пролетарского костюма, Н. П. Ламанова пишет о том, что постановка цели предваряет для нее возникновение формы: это создание практичной удобной одежды, притом для конкретного человека, подчеркнуть и выявить фигуру которого призван материал. Осознание цели приводит к осознанию свойств материала, который «не поддается насилию». Каждый, даже самый дешевый материал может послужить исходной точкой красивой формы, поскольку она считается с ним и его особенностями. Точно так же определенно задуманная форма требует собственного материала. Отсюда последовательность: знать, «для чего создается костюм, для кого, из чего», вдобавок постоянно имея в виду производственные возможности осуществления замысла, выходящего за пределы кустарного изготовления.

Сказанное ставит проблему собственных возможностей формы, ее активности. Некоторые теоретики XX в. преувеличивали значение формы в становлении вещи. Сильной стороной этой позиции, в том числе в искусстве, было внимание к собственным качествам формы, прежде всего эстетическим. Кроме того, понимание активности формы привело к разработке представления о структуре. Понятие «структура» характеризует совокупность устойчивых связей объекта, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, т. е. сохранение основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях. В 1920-е гг. представители формалистических направлений в СССР постулировали тотальность и единственность структурных характеристик вещи/произведения для понимания процессов его создания и восприятия. Это имело положительное значение в преодолении устойчивого взгляда на форму только как на чувственно-воспринимаемую оболочку, который позволителен для обывателя, но слишком узок для теоретика. Всякое расположение готового материала оценивалось в этом направлении как форма.

Критикуя позицию отождествления формы и функции, автор данного пособия обращается к работам М. Хайдеггера, в которых показана разница между сугубо функциональным взглядом на техническое изделие и всесторонним подходом к вещи. Предвзятый взгляд на мир как на «постав» рождает формы, не способные к полноте существования. М. Хайдеггер не отрицает «дельности» изделия и его служебности, но считает, что они присутствуют в полноте бытия вещи.

Отсюда выводятся основополагающие характеристики формы, которые необходимо учитывать при проектировании и экспертизе дизайна: форма есть природа вещи; причина существования вещи как структурированной целостности, в том числе и отдельных элементов; сущность вещи, т. е. ее специфичность и отличие от других вещей в ее конкретности; действительность вещи, т. е. материальная воплощенность; физическая и смысловая граница вещи. Аристотелевский подход

позволяет понять форму как осуществление цели, как процесс реализации предмета.

Тема шестая. Функциональность вещи.

Роль техники в дизайне

Формирование дизайна во второй половине XIX—начале XX вв. требовало изменить *отношение* к технике и ее продуктам, а также, по мере возможностей, изменить саму технику, не пряча ее и учитывая реакцию человека. Выход намечала идея достижения единства внутренней и внешней формы, конструктивной и декоративной сторон, блестяще реализованная модерном, вплотную приближающим к дизайнерскому формообразованию.

Современный дизайн выступает «мостиком» между человеком и техническими устройствами, имеющими качественно иной тип организации. Если человек целостен, то большинство технических устройств «составны» (Аристотель) и представляют собой совокупности элементов, не способных к самоорганизации. Именно целостность человека становится основанием для превращения его в один из множества других элементов технического устройства. Поэтому техника тяготеет к универсализации, стандарту и глобализации, зачастую оказываясь «сложнее» (количественно сложнее) своих творцов и подчиняя себе человека хотя бы в качестве обслуживающего звена. Дизайн возникает в условиях промышленного производства и тиражирования форм, но с целью добиться соответствия этих форм параметрам человека. Массовое индустриальное производство и потребление не устраняют потребности в эстетически значимых вещах, учитывающих индивидуальные ценностные ориентации, пристрастия, вкусы, привычки. Отличие вещей, созданных дизайнером, заключается в том, что они ориентированы не только на техническую и технологическую целесообразность, но и на пластическую выразительность. Дизайнер «вынужден» создавать формы, представляющие собой «опредмеченный технологический процесс» (В. Ю. Медведев).

Дизайн является своеобразным «медиумом» (Д. А. Норман) между двумя мирами — техническим и человеческим, разумно соотнося их друг с другом, приводя в соответствие. Он обеспечивает продуктивное взаимодействие между человеком и машинной формой так, чтобы обе стороны процесса не утратили бы своих существенных черт, одновременно оказываясь способными к этому взаимодействию. В современном мире проблематика взаимодействия человека и техники обостряется благодаря не только развитию технических устройств, но и доминированию техницистского способа мышления. Это означает, что в ближайшем будущем потребность в человеко-ориентированном дизайне будет возрастать.

Тема седьмая. Смысловая структура вещи

Оставаясь неизменной по форме и функции, вещь как продукт дизайна способна приобрести разную значимость, поскольку в своем бытии она несет информацию не только о себе, но отсылает к другим предметам или явлениям. В процессе общения между людьми в культуре знак и значение сливаются в органическое целое, образуя смысл той или иной вещи. «Смысл» есть нечто, выступающее идеальным явлением по отношению к знаку и вместе с тем не сводимое к субъективным образным представлениям или эмоциям отдельного индивида. В зависимости от числа отсылок и обстоятельств восприятия у одной и той же вещи может быть несколько смыслов.

Единоного направления или сложившейся теории семантики вещей не существует. Смысловые аспекты вещи рассматривались Г. Земпером (связь вещи с «историческим прообразом»), Дж. Нельсоном (вещи, «далекие» и «близкие» человеку), Ф. Т. Мартыновым (вещь как концентрация традиций, образа жизни, ценностей культуры, сформировавшей дизайнера), Г. Кнабе (духовный, социальный, социологический смыслы вещи), М. Эпштейном («лирический голос» вещи), И. В. Ко-

няхинной (утилитарно-функциональный, эмоционально-личностный, историко-культурный, культурно-символический смысловые аспекты), В. Ароновым (введение терминов «гено-тип» и «фенотип» вещи). В этих подходах много продуктивного, однако отсутствуют критерии систематики смысловых характеристик, обозначаемых произвольно, а не выводимых из способа бытования вещи в культуре.

Основание для систематизации смыслов дает анализ *тела* человека как первой вещи. Эта концептуально значимая связка почти не встречается в работах по теории дизайна. Животное существует в теле как данности, человеку тело как бы предстает. Как отмечает М. М. Бахтин, «во внешне едином видимом, слышимом и осязаемом мною мире я не встречаю своей выраженности как внешний единый предмет рядом с другими предметами»³¹. Освоить внешность необходимо для становления Я как целостности. Кроме того, тело включается в культуру, являясь не только продуктом, но и условием ее развития, и эта сторона существования порождает собственный ряд значений. Телесный опыт оказывается первичным для всей последующей организации человеческого мира.

Культурные изменения тела в первобытности, связанные с преодолением опасности и боли и обязательные для каждого члена общества, задают направления формирования смыслов. Исторически первым действием является раскрашивание тела. Не случайно китайский иероглиф *вэнь*, переводимый сегодня как «образованность или культурность, принадлежность к культуре», первоначально обозначал узоры, наносимые на теле. Оно становится первым аккумулятором культурного опыта в момент, когда других способов хранения и передачи еще нет. Узоры лишены прямой практической значимости и свидетельствуют о возникновении ценностного сознания, в котором можно выделить как субъективно-личностное, так и социокультурное содержание. Анализ цвета, места и качества раскраски и татуировки позволяет говорить о витальном,

³¹ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 27.

культурно-символическом и нравственно-этическом значениях. Узор свидетельствует о жизненной силе и «чистоте», защищенности от природных воздействий и духов, он фиксирует разное предназначение и социальное положение мужчины и женщины. Он создается из простых элементов, открытых для развития и учитывающих особенности конкретного тела, вдобавок часто асимметричен, что позволяет идеально сочетать индивидуальную и всеобщезначимую информацию и является эстетически-выразительным. В целом можно говорить о четырех группах смыслов тела: витальные, экзистенциальные, социальные и духовные.

Проверяя выводы, сделанные на основании обобщения эмпирических данных, автор обращается к концепции имеющих «идеальную смысловую самостоятельность» актов понимания М. М. Бахтина. В результате для анализа смысловой структуры вещи предлагается более детализованная схема, исходящая из типологии потребностей человека.

1. *Витальные* смыслы: 1) бытийный, или онтологический, «пред-смысл», методологической основой исследования которого для предметных форм может выступать теория бессознательного З. Фрейда и К. Г. Юнга. Значение форм и качеств, соответствующих тем или иным архетипам, формируется всем предшествующим опытом человека, усвоенным как в филогенезе, так и в онтогенезе. Дизайн может достичь соответствия структуры предмета структуре и особенностям человеческого восприятия, «просвечивания» вещи сквозь ее предметность; 2) функциональный смысл, связанный с полнотой удовлетворения потребностей, соответствия эргономическим и антропометрическим показателям. Он особенно важен для вещей-инструментов как форм, продолжающих руку или тело.

2. *Экзистенциальный* смысл, связанный с «лирическим голосом» вещи и индивидуальными ассоциациями, содержание и особенности формирования которого дизайнер не в силах предвидеть полностью, поскольку смыслы рождаются в ходе освоения, обживания, старения вещи, сосуществования с ней.

3. *Социальные* смыслы: 1) знаковый, связанный со способностью вещи показать принадлежность владельца к социальному слою, идейному течению, сообществу людей. Можно отметить размытость знаковости вещей в современной стратифицированной культуре и игру статусными значениями; 2) актуальный смысл, который формируется в ходе оценки вещи с точки зрения моды, например когда непрактичная, дорогая вещь приобретается из-за соответствия модным тенденциям, модного имени или названия фирмы. Он создает основу для распространения модных вещей, массовости, внедрения в повседневную жизнь в том случае, когда решение соответствует настроениям, мотивам и запросам людей. Он же подводит к теме старения вещей, их конца не с точки зрения физической, а временной или окончательной дезактуализации, т. е. проблеме соотношения сиюминутного и абсолютного в творческой деятельности дизайнера.

4. *Духовные* смыслы: 1) культурно-исторический смысл, нахождение которого предполагает представление об исторических корнях, «прообразе» (Г. Земпер) вещи, а также об ее исторической ценности в связи с определенной эпохой, человеком, событием. Вещь может нести на себе отпечаток того или иного культурного символа, знание которого может перевести смысл в разряд творческих формообразующих принципов, придавая тем самым космический масштаб творчеству дизайнера; 2) духовно-ценностный, образующийся в отношении вещи и человека как элементов культуры. Вещь несет информацию о видении мира и месте в нем человека, нравственно-этических нормах, представлениях о богатстве или чести, личных религиозных пристрастиях, эстетических ценностях, художественных идеалах и т. п. Этот смысл генетически близок знаковому, но он более субъективирован, индивидуализирован, связан с образом жизни, мировоззрением, манерой поведения конкретного человека; 3) художественно-образный смысл, связанный со способностью вещи быть носителем некоего образа. С точки зрения автора, наличие этого смысла

способно снизить уровень функциональности, поскольку, когда художественно-образное начало выдвигается на первый план, происходит уход от сущности вещи, приводящий к несовершенству дизайнерской формы.

Все смысловые и предметные слои вещи должны приводиться дизайнером к *пластическому единству*, не отрицая друг друга. Вещь будет тем содержательнее и выразительнее, чем более систематичными либо концептуально обоснованными являются связи отдельных ее элементов и смыслов. Подобная целостность приводит, с одной стороны, к ярко выраженному индивидуальному стилю вещи, с другой — к большей вероятности «прочтения», востребования, любования вещью, гармоничного взаимодействия с ней человека.

Темы докладов, дискуссий и рефератов

1. Аналогия и гомология в формообразовании: анализ конкретных примеров.
2. Роль «простых форм» в создании предметной среды.
3. Форма разных типов вещей (инструменты, игрушки, технические устройства, подарки): обман или соответствие назначению.
4. Объясните разницу в подходах: «форма есть смысл вещи» (Аристотель), «форма следует функции» (М. ван дер Роз).
5. Особенности воздействия и восприятия виртуальных форм.
6. Соотношение функционального и вещного в орудиях, инструментах, станках.
7. Критерии оценки функционального смысла продукта дизайнера (удобство, практичность, эргономичность и т. п.).

Вопросы к практическим занятиям

1. Проблемы изучения предпроектной ситуации в дизайне. Этапы предпроектного анализа в дизайне.

2. Особенности и принципы эстетического проектирования. Категория целостности и ее роль в создании эстетической формы.
3. Методы проектирования в отдельных видах дизайна.
4. Философские основы органического формообразования в дизайне.
5. Что дает дизайнеру понятие «проектная культура»?
6. Учение Аристотеля о форме. Основные характеристики формы.
7. Органическая трактовка формы в философии Фомы Аквинского. Актуальность понимания формы и материи Ф. Аквинским.
8. Конструктивистский подход к форме объекта.
9. Инженерное и дизайнерское мышление: общее и различное.
10. Семантика продуктов дизайна.

Контрольные задания

1. Прокомментируйте письменно следующее высказывание, приводя примеры из практики современного дизайна:

— «... *Не может ли в искусстве сложнейшее содержание быть выражено простейшими формами, или может ли самая по виду незамысловатая, простая форма быть необычайно важной, многозначительной для эстетика-исследователя. Быть ключом приобщения к миру*» (Д. Бурлюк)³².

— «*Искусствоведы говорят об архитектуре совершенно по-другому. У них выработана своя четырехтактная схема разговора, которая, как любая симметричная композиция, выглядит логичной и неуязвимой.*

Вначале следует фактография, за ней — иконография. Это те слои информации, которые существуют до факта произведения. Виллу архитектор получает как готовый тип, и то, как она в принципе устроена, относится не к сфере его

³² Бурлюк Д. Фрагменты из воспоминаний футуриста. М., 1994. С. 148.

творчества, а к сфере его профессионализма. Знание типов или иконографических схем можно уподобить если не знанию писателем алфавита, то знанию им жанров — еще до того, как он начал писать, он в принципе представляет себе, пишет он роман или пьесу.

Далее вступает в силу стилистический анализ. Если фактография и иконография дают нам сведения о том, что художник получил еще до факта произведения, то стилистический анализ в принципе призван отвечать на вопрос о том, что он сделал с полученным. Скажем, получив тип виллы в таком-то году, он его гармонизировал, или драматизировал, или рационализировал, или, вообще, японизировал. В любом случае он что-то с этим типом сделал.

И наконец, на четвертом этапе нужно объяснить, почему все это так произошло»³³.

Какое из этих высказываний может помочь вам в разработке темы магистерской диссертации? Нужны ли они вам? В чем состоит недостаточность искусствоведческого подхода к семантике объектов архитектуры и дизайна?

2. Прочитайте высказывания известного американского дизайнера Карима Рашида о форме³⁴. Укажите, под влиянием каких идей и процессов они сформулированы?

«Знай, что форма следует за предметом так же, как предмет следует за своим предназначением».

«Прежде чем создать что-то материальное, спрашивай себя — есть ли в том, что ты собираешься сделать, какая-то ценность или оригинальная идея».

«Минимализм скупен, а вот чувственный минимализм — то, что надо».

«Не бренд создает продукцию, а продукция создает бренд».

³³ Ревзин Г. Очерки по философии архитектурной формы. М., 2003. С. 12.

³⁴ 50 заповедей Карима Рашида. Режим доступа: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/50-zapovedej-karima-rashida-17161/>

Тест № 2. Специфика проектного мышления в дизайне

Необходимо дописать, как минимум, три новых строки (табл. 3), т. е. найти критерии сравнения проектного мышления в архитектуре, дизайне, искусстве и определить сходства или различия. Необходимо создать и заполнить еще один столбец, касающийся специфики проектирования (креатива) в деятельности графического дизайнера в области рекламы, брендинга, типографики, книжного дела и т. п.

Таблица 3

Характеристики проектного мышления
в разных видах предметной деятельности

Критерии сравнения	Искусство	Дизайн	Архитектура
Оформление проектной идеи	Художественный образ	Гештальт — видение целого при четком знании частей Концепт	Конструкция Образ
Соотношение с реальностью	Удвоение реальности	Продолжение реальности	Продолжение реальности
Источник проектной идеи	Эмоциональное, эстетическое переживание	Определение цели (назначения) предмета	Осознание социальной необходимости
Основная парадигмальная установка	Вчувствование («отражение»), со-бытие	Рациональное осмысление и создание выразительной формы	Рациональное осмысление, создание формы с учетом контекста, в т. ч. социального
Цель проекта	Самовыражение, реализация себя в выразительной форме	Удовлетворение потребности Другого	Удовлетворение потребностей социума

Критерии сравнения	Искусство	Дизайн	Архитектура
Степень завершенности проекта	Незавершенность как естественное состояние наброска или эскиза	Завершенность, включающая определение путей реализации проектной идеи	Завершенность, предполагающая корректировку проектной идеи в процессе реализации
Субстрат проекта	Идеальная реальность	Вещество	Вещество
«Единица» проектного мышления	Художественный образ	Композиция	Организованное пространство
Ориентиры проекта	Красота	Тождество прекрасного и целесообразного	Польза — прочность — красота (Витрувий)

Тест № 3. Проблема формы в философии дизайна

Правила ответа на тест см. в тесте № 1.

1. С помощью платоновского понимания формы можно:
 - обосновать рациональность формы в дизайне;
 - обосновать типовые формы в дизайне;
 - объяснить эстетические достоинства формы в дизайне;
 - обосновать неповторимость конкретной формы;
 - прийти к разделению внешней и внутренней формы;
 - прийти к органической трактовке формы.
2. Опираясь на теорию Аристотеля, можно обосновать:
 - рациональность формы в дизайне;
 - возможность появления бесконечного числа многообразных форм;

- разделение технических и живых форм;
- функциональные достоинства формы в дизайне;
- целостность формы как обязательное условие ее существования и восприятия.

3. Идея энтелехии формы у Аристотеля предполагает:

- представление о процессуальном характере формы;
- представление об обязательной реализации предмета по назначению;
- представление об изоморфности формы на каждом этапе ее существования;
- связь формообразования с целесообразностью;
- связь формообразования с функциональностью изделия;
- жесткое разделение живых и искусственных форм.

4. Форма по Аристотелю:

- часть или целое?
- материальное или идеальное?
- чувственное или умопостигаемое?
- неизменное или меняющееся?
- внешнее или внутреннее?
- организованное или организующееся?
- вечное или преходящее?
- информативное или декоративное?
- соответствующее цели или реализующее цель?
- единичное или типовое?
- активное или пассивное?

5. Трактровка формы Фомой Аквинским базируется:

- на тезисе о полноте и совершенстве божественного творения;
- на представлении о Боге-демиурге;
- на представлении о человеке как продолжателе акта творения;
- на платоновском разделении мира идей и мира вещей.

6. Какие характеристики прекрасной формы выводит Фома Аквинский:

- ясность, пропорциональность, польза;
- польза, прочность, пропорциональность;
- гармония, мера, порядок;
- ясность, пропорциональность, целостность.

7. Идея Г. Гегеля о внутренней и внешней формах:

- не может быть распространена на анализ продуктов дизайна, т. к. _____;
- может быть распространена на анализ продуктов дизайна, т. к. _____.

8. Эквивалентом понятия внутренняя форма в современном дизайне служит:

- конструкция;
- внутреннее наполнение;
- морфология;
- структура;
- функция;
- принцип организации;
- композиция;
- назначение предмета.

9. Морфология И. В. Гете — это:

- учение о пригнанности живых форм;
- учение об единых источниках возникновения родственных форм;
- учение об идеальном начале эволюционирующих форм;
- учение о типах форм.

*Тест № 4. Смысловая структура вещи
как продукта дизайна*

1. Что меняется в представлении о вещи, когда мы анализируем ее смыслы?

- формальные характеристики отходят на второй план;
- все характеристики и качества становятся неопределенными и субъективными;
- форма становится источником поиска смыслов;
- учитываются процессы восприятия вещи;

- акцент переносится на фазу использования вещи;
- подчеркивается связь вещи с человеком;
- дизайн оценивается с гуманистических позиций;
- мы выходим за пределы проблемного поля дизайна.

2. На какие качества дизайна обращает внимание американский теоретик Дж. Нельсон, говоря о «ближних» и «дальних» вещах?

- расстояние до предмета;
- частота использования вещи;
- функциональное назначение продуктов дизайна;
- психологическая «совместимость» с человеком;
- эргономика продукта дизайна.

3. Чем культурно-исторический смысл отличается от «первообраза» (Г. Земпер) вещи?

- смысл — субъективен, «первообраз» — объективен;
- смысл учитывает современную систему ценностей, «первообраз» — нет;
- смыслов может быть сколько угодно, «первообраз» — один;
- смысл может изменяться, «первообраз» — нет;
- смысл не связан с морфологией предмета, «первообраз» — связан.

4. Что происходит со знаковым смыслом предмета дизайна в эпоху брендов?

- бренд полностью определяет знаковость вещи;
- логотип становится источником знаковой информации;
- достоинства дизайнерской формы уходят на второй план;
- форма и технология предметов совершенно разных потребительских категорий могут быть абсолютно тождественными;
- знаковость воспринимается как нечто гораздо более важное, чем функциональность.

5. Художественно-образный смысл

- обязательно должен присутствовать в продукте дизайна, потому что _____;

- не обязательно присутствует в продукте дизайна, потому что _____;
- способствует распознаванию назначения предмета, потому что _____;
- препятствует распознаванию назначения предмета, т. к. _____.

Вопросы для самопроверки

Предлагаемые ниже вопросы охватывают те же предметные области, что и вопросы контрольных тестовых заданий, выполняемых в конце каждой темы курса. Отвечая на них, старайтесь в аргументах использовать теоретические источники по проблемам дизайна, изученные вами.

1. Чем проектное мышление отличается от творческого мышления?
2. Чем дизайн-проектирование отличается от ремесленной деятельности и инжиниринга?
3. Чем дизайн-проектирование (например, интерьера) отличается от деятельности декоратора?
4. Что, согласно М. Хайдеггеру, является вещью, изделием, художественным творением?
5. Какие характеристики дизайнерского изделия не может объяснить платоновская теория формы?
6. Какие современные направления проектной деятельности имеют основанием теорию формы Аристотеля?
7. Чем концепция в дизайне отличается от концепта? Подтвердите свою позицию конкретными примерами, в том числе из вашей проектной практики.
8. Без какого этапа предпроектного анализа невозможно обойтись в реальном проектировании?
9. Соотнесите с помощью инфографики содержание следующих понятий философии дизайна: форма, внешняя форма, внутренняя форма, структура, конструкция, содержание, материал, вещество.

Раздел пятый

ПРОБЛЕМЫ

СТИЛЕОБРАЗОВАНИЯ

В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Тема восьмая. Специфика стилеобразования в дизайне

Исследование стилеобразования в дизайне затрудняется недостаточной теоретической разработанностью понятия «стиль». Между тем на практике это слово широко используется как критерий профессионализма и эстетического совершенства — притом даже в условиях последних десятилетий, на фоне разговоров об «отсутствии стиля» или о «бес-стилье». При теоретическом осмыслении продуктов дизайна ситуация усугубляется тем, что авторы зачастую используют это понятие, не оговаривая содержание; в этом случае не всегда понятно, чем, например, стиль как таковой отличается от стиля в дизайне или как они соотносятся между собой. Разговоры о значимости или преходящести стилиевых характеристик для продуктов дизайна даже наиболее пессимистично настроенный автор может вести лишь после того, как четко покажет,

что преодолевается и чем, собственно, был стиль, если он исчезает. Это предполагает необходимость выработки четкого теоретического представления о стиле, определяемом в работе как способ формообразования вещи в дизайне.

Можно выделить три основных подхода к исследованию художественного стиля, что позволяет попутно обращать внимание на различные грани исследуемого предмета: 1) трактующий стиль как единство формы и содержания, 2) описательный, фиксирующий отдельные качества конкретных стилей, и 3) феноменологический, трактующий стиль как эстетическое явление, возникающее в процессе выражения внутренних, существенных характеристик и качеств во внешней форме. Последнее направление, разрабатываемое Г. Вельфлином, О. Шпенглером, А. Ф. Лосевым, Ю. Б. Боровым, представляется наиболее продуктивным для теории дизайна, поскольку ставит вопрос о первенстве индивидуального и общекультурного начал в процессе стилеобразования. Здесь принципиально новыми по сравнению с названными ранее подходами являются следующие. Во-первых, стиль не сводится к форме, содержанию или их единству, ведь ясно, что эти характеристики могут быть отнесены к чему угодно до стиля, в стиле и далеко за его пределами, ибо нет объекта, лишённого этих качеств. Во-вторых, стиль оказывается диалектическим единством скрытого и явленного, внутреннего и внешнего. Стиль есть основа, обуславливающая организацию формы, и сама эта организация. Стиль проявляется, а проявляющееся рождает стиль, поэтому отдельную деталь невозможно оценивать без ее связи со всем остальным. В-третьих, это единство задает особую цельность каждого отдельного стиливого проявления и их совокупности, оно есть «конструктивный принцип построения». Обобщая сказанное, можно определить стиль как выражение. Источником выражения называются разные начала, от тела (немецкий искусствовед Г. Вёльфлин) до мировоззрения (культуролог Л. Г. Бергер). А. Ф. Лосев говорит о том, что стиль формируется всеми субъектами культуры. Точнее говоря, стиль создается человеком,

который создается культурой, не всякой, но сформировавшей-ся и четко выражающей себя. Не случайно в связи с определениями стиля часто звучит слово «эпоха», которое всегда появляется там, где требуется подчеркнуть четкую явленность, оформленность культуры. Изучение стиля явится полным и непредвзятым только при органической ее трактовке, учитывающей цельность и историчность. Тогда предварительное разделение стиля на формальные черты и предполагаемое содержательное наполнение оказывается ненужным и искусственным: своеобразие формальных качеств в их единстве обусловлено содержанием и неотрывно от него.

Предметная выразительность продукта дизайна любого периода хорошо фиксируется понятием «стиль», дающим возможность проследить соответствие замысла формальным характеристикам вещи, и наоборот. При этом описательный и формальный подходы не позволяют разработать единой классификации стилей и не дают критериев принадлежности к стилю. Разделяя трактовку стиля как проявления «души» культуры (О. Шпенглер) или души человека (А. В. Чичерин, А. Ф. Лосев), можно обосновать такие качества стиля в дизайне, как связь с культурой, мера, невозможность эстетической оппозиции (антистиля), несводимость к совокупности формальных элементов, цельность, обусловленная связью с внутренним миром человека, а не внешними обстоятельствами, наличие «последнего штриха», органичность, естественность, взаимопроникновение всеобщего-значимого и индивидуального.

Стиль обязательно обладает таким качеством, как цельность, пронизывая творческую деятельность целиком, везде, повсеместно. Сопоставляя, например, метод и стиль, можно охарактеризовать первый как осознанный способ создания, второй — как состояние создания; первый выступает категорией инструментальной, второй — бытийной. Стиль «монолитен» (Ю. Б. Борев) как в жизни человека, так и в культуре, в этом смысле можно говорить об его экспансивности, развитии по органическим законам, стремлении к захвату все новых

«территорий». Понять специфику цельности помогает сопоставление индивидуального стиля с имиджем, последовательность решений которого обусловлена внешними причинами, прежде всего — стремлением произвести благоприятное впечатление на окружающих. Имидж создается и «надевается», стиль возможно только выявить, проявить. Верно найденный имидж может «прирасти» к человеку, обратного движения по превращению стиля в имидж не существует, поскольку стиль целостен своей органической выразительностью. Огромную роль в достижении стиля как качества играет «последний штрих», достраивающий цельность, придающий ей неповторимое своеобразие.

Фиксируя это, мы приходим к исследованию возможных вариантов такого рода взаимодействий современности и истории в продуктах дизайна.

Способы работы с историческим материалом в дизайне

Историзм идет на спад в современном проектировании, но был широко распространен на рубеже XX–XXI вв. и, возможно, вернется снова. В силу большей выраженности стилевых черт дизайнеры чаще обращались к «большим» стилям, от египетского до готического, и это создавало определенные проблемы меры копирования, степени отступления от правил стиля и т. п. Продукт дизайна, хотя бы минимально выражающий черты иного стиля, выступает медиатором, посредником между разными культурами. В зависимости от меры творческого начала в процессе работы с историческим материалом нами выделено три группы приемов.

I. Относительная *пассивность* творческого субъекта, власть «большого» стиля

Заемствование

Из другого стиля могут быть заимствованы, т. е. взяты и использованы, фрагменты, иконография, формальные черты, реалии. Это происходит в случае, когда автор довольствуется восприятием стиля на уровне явления. Позиция не вполне творческая, поскольку не создается ничего принципиально

нового, но в ряде случаев подход вполне оправдывает себя. Найти в арсенале культуры интересный образец действительно легче, чем вырабатывать собственный. Здесь достаточно эмоционального переживания ситуации (иногда даже лишь переживания формы) без саморефлексии.

Сегодня, в условиях быстро сменяющейся моды и вкусов, достичь сравнительно быстрого коммерческого успеха позволяет нахождение забытого, не надоевшего публике материала, привлекательного оригинальностью, свежестью, экзотичностью, просто чистотой стиливого решения. Главной предпосылкой при этом будет широта культурного кругозора, эрудиция, позволяющая вспомнить или найти то, что пока неизвестно большинству коллег-дизайнеров и потребителей. Мода навязывает такого рода стилистику, и зачастую в этом процессе проглядывают откровенно рыночные соображения, связанные с интенсификацией желания нового в условиях, когда прежние вещи физически еще не устарели: на смену индейской тематике приходит арабская, потом скандинавская, готическая и т. д. Но востребованы в конечном счете будут лишь формы, которые по каким-либо причинам нашли путь к сердцу человека, поэтому заимствование должно осуществляться целенаправленно и со знанием особенностей менталитета.

Имитация

Заимствовать формы возможно, имея под руками другой материал, а не тот, что был в первоисточнике. Когда по соображениям экономичности автор использует более дешевые материалы, он сравнительно легко добивается эффекта сопричастности к стилю и в то же время не прячет себя. Использование картона и крафта вместо деревянных панелей (при сохранении структуры стены), включенных в интерьер современного загородного дома, не скрывает качества бумаги, но одновременно проявляет ее новые качества и создает атмосферу простоты, незаезженности, свойственных изначальному образцу.

Имитация хороша для разовых малобюджетных решений, обыгрывающих больше привлекательность стиливых черт, не-

жели правдоподобие. В этом смысле имитация может считаться классическим приемом постмодернизма, но продолжает оставаться актуальной до сих пор.

II. Нарастание творческого авторского начала при сохранении формального подхода к стилю

Подражание

Мы используем здесь термин «подражание», никак не соотнося его ни с эстетической теорией подражания в искусстве, ни с понятием *mimesis*, а понимая буквально, едва ли не обыденно. Приставка «под-» обозначает действие, направленное к основанию чего-либо, в этом смысле подражание глубже заимствования. Подражание способно ограничиться обращением к минимуму элементов стиля — только цветовым сочетаниям, только мотивам орнамента и т. д. Отталкиваясь от них, автор разрабатывает новую форму с помощью собственных выразительных средств. Примером могут служить шали, изготавливаемые в России после 1800 г. Предшествующие им кашмирские шали ткали из сверхтонкой пряжи, заранее окрашенной в различные цвета, так что изготовление занимало от полугода до двух лет, а цена достигала иногда более 20 тысяч рублей. Помещица В.А. Елисеева, которую ныне упрекают в промышленном шпионаже, стала использовать вместо пуха тибетских коз пух сайгаков. На ее мануфактуре был найден способ крепления нитей особым узелком, что давало возможность делать двусторонние ткани. Мотивы «бута», пришедшие из Индии, наносились вручную на готовое изделие, а не ткались³⁵. Понятно, что со временем из плагиата такие шали превратились в образцы высокопрофессионального подражания, обретя свои неповторимые черты.

Подражание учитывает требования времени, оно корректно и удобно как прием. Ограничение состоит в том, что подражатель легко может скатиться к декорированию, утратив всякое представление о сути, духе стиля.

³⁵ См.: Дмитриева Н. А. Загадки мира моды: Очерки о культуре моды. Донецк, 1998. С. 368–369.

Работа по мотивам

В том же русле следования стилю без полного подчинения ему идет работа по мотивам, предполагающая развитие одного или нескольких формальных стилизованных элементов. Однако цель здесь становится более субъективной. Подражание требует сходства с образцом, работа по мотивам — вариации вокруг него и с учетом замысла автора. Мотив как часть не требует воссоздания целого и делает позицию автора более свободной. Он выступает даже не инвариантом, а скорее — источником формообразования, «печкой», от которой начинается самостоятельный танец. Свойства материала отступают на второй план.

При обращении к этому приему ситуация усложняется, поскольку автор по тем или иным причинам может обратиться к формальным чертам сразу нескольких стилей. Ответственность творца возрастает пропорционально количеству взаимодействующих сторон. Механический перебор приводит к бессмыслице. Только учет стилистического родства, близости стилистических интонаций позволит преодолеть трудности.

Стайлинг

Этот путь возникает в ответ на потребность усиления потребительских характеристик вещи, ее внешней эффектности, броскости. Для него закономерным и достаточным является обращение именно к формальным стилистическим проявлениям. Стайлинг представляет собой «придание внешнему облику предмета определенного, заданного эстетического характера, нередко вне прямой связи с его внутренней структурой, устройством, содержанием»³⁶. В случаях преподнесения, подачи, презентации это может быть чрезвычайно важным, поскольку избежать создания впечатления «по одежке» вряд ли кому-то удастся. По упаковке судят о содержимом, поэтому в условиях конкуренции стайлинг становится необходимостью. Его результативность зависит от соответствия ожиданиям. Стайлинг требует аналитичности, маркетингового чутья, коммерческого

³⁶ Основные термины дизайна: краткий справочник-словарь / Д. А. Азрикан [и др.]. М. : ВНИИТЭ, 1988.

настроя. Стайлинг участвует в эстетизации процесса потребления, находя в нем новые элементы и зоны освоения.

«Слабость» стайлинга связана с возможностью утраты всякого представления о сути, о внутреннем, что не даст ему дорасти до стиля. Число притягательных решений будет большим, но ограниченным. Примером служит послевоенная мода 1945–47 гг., сохранявшая прежние фасоны, сформированные войной, но старавшаяся максимально приукрасить их отделкой, воланами, драпировками. На фоне военных вещей они выглядели броско, но не могли бы ответить на вопрос о новом самосознании женщины.

История может стать для стайлинга арсеналом выразительных средств и технических приемов. Пожалуй, при всей творческой самостоятельности и активности, это один из наиболее прагматичных способов работы с историческими стилями.

III. Работа с двумя и более историческими стилями

Все вышеизложенное применимо и к работе с несколькими стилями, которая ставит вопрос о критериях их отбора, сочетаемости друг с другом.

Эклектика

Периоды отсутствия доминирующего стиля в культуре приводят к желанию ретроспекции, перебору уже существующего, использованию форм разновременных источников. Один из вариантов смешения называют обычно эклектикой. Сравнительно недавно это слово произносилось с негативным оттенком, с привкусом ненастоящести, неподлинности. На деле эклектика может быть распространена (архитектура города Екатеринбурга тому подтверждение) и по-своему великолепна (моды и интерьеры 1860–70 гг.). Характерной чертой эклектического мышления является признание равенства, равнозначности всех форм и стилей, свободное обращение с материалом.

Процесс освоения исторического наследия эклектическим мышлением достаточно прост и поверхностен. Во внимание принимаются формальные стилевые элементы, в гораздо

меньшей степени — «дух». В этой связи Ю. Герчук отмечает роль орнамента в условиях многообразия и усложненности форм. «Мотивы узора легко было заимствовать из античности или Ренессанса, у готики или у древнерусской архитектуры. Но ритмы его все равно отвечали мироощущению и вкусу тех людей, которые с ... восхищением набрасывались на ... богатства ушедших культур. Узоры становились сплошными и мелкими... Обилие узоров, не слишком сочетающееся с конструкцией и формой вещей, подменяло декоративный темперамент «настоящего» средневековья или барокко»³⁷. Эклектика строится на том же единстве индивидуального (в данном случае — современного) и общего, о котором уже говорилось. Показательно, что, например в костюме, эклектизм нарастает во времена повышенного внимания к индивидуальности — поздняя Римская империя, эпоха Возрождения, мода романтизма, 1970-е гг. дают тому подтверждение.

Слабость эклектики связана с механическим смешением формальных элементов различных стилей. Механицизм сам по себе уже есть нечто противоположное органичности стиля, он разрушает стиль. Отсутствие внутреннего смыслового стержня может привести и к приятным, и к смешным решениям, а главное — к безвкусице, поскольку смешивающему мышлению трудно остановиться. Критериев отбора эклектика не задает. Она радует глаз, но быстро устаревает.

Стилевой синтез

При сохранении формального подхода к двум и более стилям возможны решения, преодолевающие механистичность эклектики. Они связаны с критическим отбором стилового материала. Основанием может выступать внешнее сходство мотивов, форм, носителей стилизованных черт. Показателем успеха служит неразличимость «граней» между ними: при сохранении их узнаваемой особенности — достижение формального единства. Синтез приводит к достижению завершенного, качественно

³⁷ Герчук Ю. Что такое орнамент? Структура и смысл орнаментального образа. М., 1998. С. 187, 189.

нового стилового образования, строясь по законам диалога культур, в котором голоса не используются, а проговаривают себя, не теряя своеобразия и вместе с тем позволяя увидеть нечто общее, новое, неожиданное во взаимодействии форм. При всей креативности и глубине постижения исходного материала синтез имеет целью себя самое, а человек выступает как бы посредником между ними. Когда этой целью становится личность человека-создателя или носителя стиля, можно говорить о стилизации.

IV. Собственно стилизация. Постигание «духа» стиля и творческая работа с ним

Стилизацией можно назвать работу, отталкивающуюся от «духа» того или иного исторического стиля. Такой прием существовал не всегда. Модерну, например, свойственен историзм особого рода, воссоздающий не столько реалии, сколько интонации, эмоциональный настрой предшественников. При этом всякий стиль воспринимается как органичный и созвучный на том простом основании, что он создан людьми. Стилизация предполагает максимальную открытость автора навстречу историческому материалу. При этом и исходный стиль, и сам модерн всегда остаются отчетливо узнаваемыми.

Поле стилизационного поиска тем уже, чем культура больше тяготеет к традиции, чем труднее «впускает» она в себя новое. Например, стиль костюмов королевы-матери в Великобритании остается практически неизменным примерно с 1935 года, поскольку она является олицетворением британского консерватизма и традиционализма. Набор цветов и форм настолько постоянен, что вряд ли кому-либо придет в голову разнообразить его обращением к чужому историческому материалу.

Стилизация возможна при формировании качественно нового типа творческого сознания, ориентированного на диалог с историей, а не на пользование ею. Среди характеристик диалогического мышления М. М. Бахтин назвал в свое время умение поставить себя в равное положение с другим субъек-

том, свободу, открытость и ответственность. Эти качества как нельзя лучше обеспечивают углубленное изучение и преемственное развитие того или иного исторического стиля. Работа над формой, не утрачивая вдохновенности и возможности интуитивных находок, превращается в целенаправленную работу, строящуюся по четким законам.

Стилизация существенно расширяет палитру форм и других выразительных средств дизайна, соединяя в себе основательное знание исторического материала с представлением о системе ценностей, мировоззрении, образе жизни, вкусах предшественников, осмысление их оригинальных и собственных, авторских, творческих приемов, умение выработать новое. В стилизации органично соединяются новаторство и традиция, желание историзма и стремление к актуальности, чувственная и рациональная сторона дизайнерского процесса.

Знание основных способов работы с историческим материалом помогает дизайнеру проанализировать работы коллег и определиться с авторской палитрой творческих приемов.

Темы докладов, рефератов и дискуссий

1. Трактовка стиля в работах А. Ф. Лосева и О. Шпенглера.
2. Стиль культуры и стиль отдельного автора: закономерности формирования.
3. Стиль как эстетическая категория.
4. Стиль и имидж как способы самовыражения личности.
5. Актуальность работы дизайнера с историческим стилевым материалом.

Вопросы к практическому занятию

1. Является ли эклектика стилем? В каких случаях?
2. Что такое стиль современного дизайна?
3. Характеристика одного из «больших» стилей (по работе О. Шпенглера «Закат Европы»).

4. Модерн и постмодерн: принципы стилиобразования.
5. Стиль в информационной культуре: возможен ли он?
6. Фирменный стиль как стилевой феномен.
7. Способы работы дизайнера с историческим стилевым материалом: ваши предпочтения и антипатии.
8. Исследование авторского стиля в продукте дизайна (возможен вариант самоанализа).
9. От формы к стилю: возможность реконструкции и развития дизайнерского стиля в современной культурной ситуации.

Контрольные задания

1. Прокомментируйте следующие фрагменты. Ответьте на вопросы.

«Стиль барокко возник в результате дальнейшей эволюции стиля Возрождения. (...) Основными признаками барокко были повышенная и подчеркнутая монументальность, представительность, которые в какой-то мере являлись самодовлеющими качествами и достигались нередко искусственными средствами. (...) На смену рациональности Ренессанса приходит иррациональность. Зодчие барокко явно предпочитают декоративное начало архитектуры. Барокко в архитектуре характеризуется приоритетом, преобладанием пластического начала над началом тектоническим. Стремясь создать необычный, повышенно-эмоциональный архитектурный эффект, они зачастую пренебрегали логикой построений планов, допускали несоответствия между внешними объемами и внутренней структурой сооружения»³⁸.

1) Какими духовными потребностями вызвана «иррациональность» барокко? Что изменилось в человеке этого времени, если он совершает переход от рациональности к иррациональности? Иррациональность и декоративность — одно ли это и то же?

³⁸ Бартенев И. А., Батажкова В. Н. Очерки истории архитектурных стилей. М., 1983. С. 136–137.

2) В каких стилях, помимо барокко, можно зафиксировать «преобладание пластического начала над тектоническим»? Какими причинами это было вызвано тогда (указать конкретный стиль и историческую эпоху)?

3) Какими средствами другие виды искусства барокко добивались высокого эмоционального эффекта? Найдите аналогии языку архитектуры в области живописи, театра, поэзии, садово-паркового искусства и т. п. Какими еще средствами, помимо найденных стилем барокко, можно добиться сильного эмоционального воздействия в современном дизайне?

2. *«Целью декоративного направления Арт Нуво было обогатить и объединить в единый ансамбль все аспекты и предметы повседневной жизни. Это достигалось с помощью плоскостного, стилизованного оформления, где внимание притягивалось к поверхностному орнаменту, а не к чему-то иллюзорному, как в традиционной живописи. Часто одинаковое значение придавалось активному и пассивному пространству, то есть пространство и формы между линиями были не менее важны, чем сами линии и очерченные ими формы»³⁹.*

1) Может ли указанная цель быть целью существования стиля? Каковы границы стиля в этом случае? Справедливо ли противопоставление стилистики арт-нуво и традиционной живописи и в какой мере?

2) С какими духовными изменениями связана потребность нового стиля? Что может рассказать о них новая трактовка пространства, о которой говорит С. Стерноу? Можно ли вывести «пра-символ» этого стиля?

3. Какие из черт стиля, выведенные А. Ф. Лосевым, наиболее наглядны для арт-нуво и почему? Докажите, если возможно, «цельность» стиля арт-нуво в области дизайна интерьера, книжного дизайна, текстиля, плаката.

³⁹ Стерноу С. Арт Нуво: Дух прекрасной эпохи. М., 1997. С. 16. Раздел: Формирование стиля.

Вопросы для самопроверки

Предлагаемые ниже вопросы охватывают те же предметные области, что и вопросы контрольных тестовых заданий, выполняемых в конце каждой темы курса. Отвечая на них, старайтесь в аргументах использовать теоретические источники по проблемам дизайна, изученные вами.

1. Чем обеспечивается стиль продукта графического дизайна?
2. Можно ли говорить о стиле применительно к экодизайну?
3. В чем состоит специфика трактовки стиля как выражения?
4. Является ли хай-тек стилем и почему?
5. При каких условиях такой продукт дизайна, как фирменный стиль компании, соответствует критериям стиля?

Раздел шестой

ПРОБЛЕМЫ ТВОРЧЕСТВА В ДИЗАЙНЕ

Тема девятая. Проблемы дизайнерского творчества

Для дискуссии о специфике творчества и креативности в дизайне необходимо сравнение проектного и творческого типов мышления. Общими моментами можно считать 1) *активность* проявлений человека, чувствующего или осознающего недостаточность чего-либо; имеющего интерес или потребность; 2) наличие конкретной *цели*, позволяющее прийти к осуществленному результату.

Различия состоят в следующем: 1) уже античные трактовки творчества предполагают наличие в нем «демонического», *иррационального* начала. По Платону, творчество — это работа души в ее максимальном жизненном осуществлении. «Оно есть эротическое состояние, «неистовство», «безумие», хотя этот вид безумия отличен и от религии, и от морали, и от жизненно любовных отношений», — отмечает А. Ф. Лосев. В этом смысле проектное мышление более «подконтрольно» разуму

и чаще целенаправленно использует предварительно найденные методы и алгоритмы;

2) творческое начало часто переживается и определяется мастерами, художниками как *внешнее*, не присущее им имманентно (особенно характерна такая трактовка для средних веков). Это Бог, вдохновение, Муза и т. п. Проектное мышление воспринимается творцом как что-то более естественное и органичное для него;

3) если вслед за Н. А. Бердяевым определять творчество как создание *принципиально нового*, того, чего еще не было прежде, то тогда границы творческого мышления до некоторой степени уже, чем проектного. Задачей последнего может быть рационализация, усовершенствование, отлаживание уже существующих форм;

4) творчество — становление *идеального замысла*, тогда как проектирование — осуществление *возможного* в данной конкретной технологической и ценностной ситуации;

5) трактовки творчества, особенно восточные, часто подчеркивают необходимость *следования природе*, вплоть до слияния с ней и утраты индивидуального начала. Проектность как качество мышления более субъектоцентрична: человек реализует свой замысел. Ренессанс, европейское Новое время — эпоха самоутверждения человека разумного — как нельзя лучше соответствует интенциям проектного мышления.

Дизайн как вид формотворческой деятельности может быть рассмотрен как особого рода проектный дискурс, формирующийся и реализующийся в определенных социально-экономических и культурных обстоятельствах. По определению известного российского теоретика дизайна О. И. Генисаретского, проектный дискурс — это «собственно процесс мыслительного и знакового изготовления проекта как текста, выполненного в определенном профессиональном языке проектирования»⁴⁰. Проектное мышление и, в частности, про-

⁴⁰ Генисаретский О. И. Проектная культура и концептуализм. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2682>

ектный дискурс дизайна всегда имеют внутренне противоречивый характер, обусловленный как задачами создания нового, так и генеральной функцией дизайна.

Одним из значимых мировоззренческих источников дискурса дизайна является прагматизм (инструментализм) как доктрина, ориентированная на субъективное представление об удобстве и эффективности. Так, философ Джон Дьюи (1859–1952) утверждал приспособительный характер любой человеческой деятельности, тем самым уравнивая между собой все виды деятельности. Основания истины переносятся им из предмета в субъект: все зависит от конечного эффекта, от результата, который этого субъекта устраивает. Человек, наделенный сознанием, способен упорядочить предметный мир вокруг себя в соответствии с тем или иным замыслом, сводя частности к рациональной схеме.

Будучи примененной в практике проектирования, эта установка приводит к ряду последствий. Она позволяет проектировать, согласовываясь с некоторой идейно-мыслительной схемой, конструктом, который к тому же может быть достаточно схематичным. Следуя доктрине инструментализма, можно проектировать то, что будет оцениваться аудиторией положительно и, следовательно, будет востребовано. Для этого необходимо проектировать так, чтобы это было «удобным» — самому проектировщику, смежным специалистам и т. п.: рационально схематизируя сложное, сводя его к совокупности простых элементов. Это касается как процесса, так и результата. Для процесса это важно как переход от «спонтанного» проектирования к проектированию с опорой на определенные методы, осознанно применяемые в том или ином случае.

Проектный дискурс дизайна ориентирован на потребности конкретного человека (группы), что определяет степень новизны, пути и формы создания нового. Мотив проектной работы заключен в соответствии человеку, отсюда укорененность инновации в настоящем, раскрытие потенциала уже

имеющейся ситуации, без слепого воссоздания традиции (ремесло), но и без ненужного авантюризма, уводящего от действительности в мир фантазий (искусство, анимация) и, скорее, пугающего, чем располагающего к себе потребителя дизайна. Пути, методы бесконечно разнообразны — от использования новой технологии для формообразования до ассоциативности образных решений. Это и подводит к проблеме оценки реального вклада дизайнера в данную форму или проект. Можно ли говорить о креативности дизайнера, если использован новый проектный метод, но результат не вполне удовлетворителен или не востребован? Как сохранить адекватность и непредвзятость оценки дизайнерского продукта как нового, ведь в современной системе ценностей «новизна» является средством повышения потребительских качеств изделия и эксплуатируется рекламными технологиями? Формальные критерии не дают представления обо всей палитре средств дизайна, тем более что в ситуации постмодерна форма зачастую только имитирует функцию. Новыми, скорее, могут быть взгляд, подход, трактовка, интерпретация. Наряду с возможностями находки свежих решений это открывает дорогу субъективизму в оценке инновационности. Необходимы более-менее четкие критерии, актуальные для каждого этапа проектного дискурса, в т. ч. дизайнерского. Варианты и степени новизны мышления и его продукта, на наш взгляд, могут быть следующими.

Эвристичность представляет собой способность видеть неочевидные проблемы, позволяющие отойти от традиционных представлений. Примером ее проявления в дизайне может служить знаменитый стул датского дизайнера В. Пантона «Panton-Chair» (1967), когда материал «подсказывает» новую морфологию предмета, но не уводит формообразование в сторону декоративности или шокинга. Эвристичность является неотъемлемой чертой подлинного проектного мышления, поскольку работа с типичным, шаблонным, стереотипным не

приведет к возникновению формы, отмеченной новизной⁴¹. Одновременно эвристичность подразумевает некоторую долю творческого риска, ведь новизна неочевидного многим может показаться спорной. Проектировщик берет на себя ответственность за весомость поднимаемой им эвристичной проблемы.

Эксклюзивность — это исключительность темы или направления проектирования. Подобная трактовка предостерегает от отождествления эксклюзивных решений с товарами сегмента «люкс», возникающего в популярных журналах. Ярким примером эксклюзивности могут служить костюмы и аксессуары итальянского модельера Э. Скьяпарелли (1890—1973), использовавшей приемы сюрреализма для создания полноценного продукта: их роскошь не отменяет соответствия высшим критериям дизайна. В целом зонами *повышенной эксклюзивности* разработок являются прежде всего области промышленного дизайна.

Инновационность — это широкое понятие, включающее в себя все грани *технологической и методологической* новизны. Инновационность предполагает также определенную системность мышления и знания, позволяющую учесть многообразные внешние связи проектной задачи с другими, уже решенными. Многие дизайнеры стремятся строить проектирование на основе новейших технических достижений, и это один из возможных путей к инновационности. Так, появление большого количества разнообразнейших стеклянных столов в конце 1990-х вызвано к жизни в первую очередь новыми возможностями работы со стеклом; светодиодные технологии меняют не столько морфологию, сколько функциональные характеристики объектов *light* дизайна; дигитальные технологии создают новые возможности проектирования интерьеров.

⁴¹ Ср. с высказыванием дизайнера Джаспера Моррисона: «Если мы считаем дизайн формулой, позволяющей извлечь из объекта максимум, тогда подход, зависящий от неоправданной новизны формы, становится явно недостаточным. Кроме того, избегая формы как первоисточника, мы можем найти более правильное решение». Режим доступа: http://www.forma.spb.ru/magazine/articles/ds/Morrison/Jasp_Morrison.shtml

Оригинальность проекта свидетельствует о степени самостоятельности исполнителя. С одной стороны, оригинальность противопоставит канонам и стереотипам, неизбежно сопровождающим любой проектный дискурс. С другой стороны, оригинальность — это определенная свежесть темы и ее разработки, направленная против банальности и тривиальности. Не случайно, что во многих языках оригинальность означает еще и подлинность.

Важной чертой оригинальности в дизайнерском продукте является его способность быть воспринятым потребительской аудиторией. Бельгийский fashion-дизайнер А. Демельмейстер и японка Р. Кавакубо создают различные версии деконструктивизма, при этом европейская — смягчена, лишена радикальности, включает в себя отсылки к средневековой моде и оказывается более приемлемой для потребителей.

Креативность как особая ипостась новизны работы в большей степени связана с использованием в ней научного и практического инструментария. Это способность творчески решать задачи, метод решения которых полностью или частично не известен, т. е. проектировщику необходимо помимо цели осознать еще и границы проектирования.

Выведенные критерии новизны в дизайне позволяют лучше увидеть ее в работах студентов, использовать данную лексику в оценке своих продуктов и разработок коллег.

Темы докладов, рефератов и дискуссий

1. Сравнительный анализ творчества в дизайне с другими видами творческой деятельности.
2. Этические проблемы дизайнерского творчества.
3. Проблема авторства в дизайне: фрилансер и участник команды.
4. «Ремесло» дизайнера: соотношение репродуктивного и новаторского в дизайн-процессе.
5. Профессиональный имидж дизайнера: анализ и предложения по корректировке (на конкретном примере).

Вопросы к практическому занятию

1. Трактовка творчества в философии Платона и ее значение для понимания дизайна.
2. Психология творчества в дизайне.
3. Изменение отношения к творцу в культуре второй половины XX в. Влияние постмодернистского дискурса на процессы дизайн-проектирования.
4. Способы достижения новизны в дизайн-проектировании.

Контрольное задание

Охарактеризуйте в письменной форме особенности дизайнерского творчества, опираясь на следующие рассуждения К. Кантора:

«Машина и произведенная ею предметная среда долгое время заключали в себе более радикальную оппозицию природе (ее непосредственным, зримым, чувственным проявлениям), чем предметный мир культуры, созданный ремеслом. Там были соответствия, совпадения, плавные переходы, здесь — контраст, разлад, разрыв. А вступив в конфликт с прирученной видимостью природы, машина и ее изделия не могли, в силу этого, не оказаться одновременно в конфликте с предметным миром ремесленного дизайна. Последний был повержен, вытеснен из утилитарного, технизированного мира, чуть ли не исчез совсем. Заносчивые его попытки прикладнически закрепиться на внешней поверхности машинных фабрикатов были бесплодны.

Раскол между культурой и природой, выступившей на этот раз в виде машин и их аляповатых продуктов, долго казался трагическим и неустранимым. Однако та самая личностная культура, которая отпустила на свободу природно-творческие силы индивида, опять явилась на свет изнутри машинно-природных сил в своем новом властном и изящном обличье — индустриального дизайна.

Потребовалось 200 лет (с середины XVIII до середины XX), чтобы крупная промышленность утвердилась в жизни челове-

ства, и 50 лет (с 20-х до 70-х годов нашего столетия), чтобы она создала адекватные себе дизайнерские формы предметного воплощения, благодаря чему слова Маркса о предметном мире промышленности как раскрытой книге человеческой психологии воспринимаются сегодня как нечто само собой разумеющееся. Современный дизайн сложился под влиянием новых форм товарно-вещного опосредования человеческих отношений, новых способов социальной организации, внутри которой личность — субъект культурного творчества — в такой же степени застрахована от архаических покушений на ее свободу, в какой подчинена ее четко расчлененной структуре. Обособившееся от непосредственного процесса производства промышленное проектирование стало тем каналом, через который дизайн со всеми увлеченными им и пластически выраженными культурными значениями проник в предметный мир.

Само производство не стало вновь искусством или хотя бы полусискусством, каким оно, по словам Маркса, было на стадии ремесла. Но предметный мир технической цивилизации явил черты новой, невиданной красоты, заняв свое место в историческом ряду самобытных художественных культур, ибо, выявив в череде дизайн-стилей собственный культурно-эстетический принцип машинной техники, дизайн вместе с тем восстановил и культурную преемственность современного предметного творчества со всем, что было создано прежде. Если при своем возникновении техника, казалось, навсегда отрывала человека от всего уже сотворенного, то теперь она стала таким послушным орудием в руках дизайнера, которое позволяет ему свободно возвращать, оживлять все когда-либо существовавшие художественные течения, направления, стили — либо в формах имитаций и стилизаций, либо — что достойнее — осуществляя свойственный нашему времени всеисторический культурный синтез. Разумеется, в условиях экологического кризиса, который переживает западное общество (да и остальной мир), эти заложенные в дизайне творческие возможности не могут быть реализованы в полной мере»⁴².

⁴² Кантор К. Дизайн в противоречиях культуры и природы в различных регионах мира. Текст выступления на Конгрессе ICSID, 1975. Режим доступа: http://rosdesign.com/design_materials3/design_k.htm

Вопросы для самопроверки

1. Способы достижения нового в современном графическом дизайне.
2. Влияние коммерческого дискурса на новизну в дизайн-проектировании.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основной

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. С. Зенкина]. — М. : Рудомино, 1995. — 174 с.
2. Боров Ю. Б. Эстетика : [учебник для вузов] / Ю. Б. Боров. — М. : Высшая школа, 2002. — 512 с.
3. Быстрова Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль : Введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова; отв. ред. В. А. Колясников. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. — 288 с.
4. Быстрова Т. Ю. Философские проблемы творчества в искусстве и дизайне / Т. Ю. Быстрова. — Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2009. — 159 с.
5. Власов В. Г. Стили в искусстве : Словарь : Архитектура, графика, декоративно-прикладное искусство, живопись, скульптура / В. Г. Власов. — СПб. : Лита, 1998. — Т. 1. — 672 с.
6. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть / В. Л. Глазычев. — М. : Европа, 2006. — 320 с.

7. Горохов В. Г. Концепции современного естествознания и техники : учеб. пособие / В. Г. Горохов. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 608 с.

8. Грашин А. А. Дизайн детской развивающей предметной среды : учеб. пособие / А. А. Грашин. — М. : Архитектура-С, 2008. — 296 с.

9. Джонс Дж. К. Методы проектирования / Дж. К. Джонс. М., 1986.

10. Земпер Г. Практическая эстетика / Г. Земпер; пер. В. Г. Калиша; [сост., вступ. ст. и коммент. В. Р. Аронова]. — М. : Искусство, 1970. — 320 с.

11. Ковешникова Н. А. Дизайн : история и теория : учеб. пособие / Н. А. Ковешникова. — М. : Омега-Л, 2009. — 224 с.

12. Лола Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции / Г. Н. Лола; послесл. Н. Б. Иванова. — М. : МГУ, 1998. — 264 с.

13. Лосев А. Ф. Форма — стиль — выражение / А. Ф. Лосев; сост. А. А. Тахо-Годи; общ. ред. А. А. Тахо-Годи, И. И. Маханькова. — М. : Мысль, 1995. — 944 с.

14. Норман Д. А. Дизайн привычных вещей : пер. с англ. / Д. Норман. — М. : Вильямс, 2006. — 384 с.

15. Папанек В. Дизайн для реального мира / Виктор Папанек; [пер. с англ. Г. Северской]. — 3-е изд. — М. : Издатель Д. Аронов, 2010. — 415 с.

16. Рунге В. Ф. Основы теории и методологии дизайна : учеб. пособие / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. — М. : МЗ-Пресс, 2001. — 253 с.

17. Генисаретский О. Теоретические и методологические исследования в дизайне : избр. материалы / О. Генисаретский, Е. Бизунова. — М. : Школа культурной политики, 2004. — 372 с.

18. Хайдеггер М. Работы и размышления разных лет / М. Хайдеггер; пер. с нем., сост. и коммент. А. В. Михайлова. — М. : Гнозис, 1993. — 333 с.

19. Хан-Магомедов С. О. Пионеры советского дизайна / С. О. Хан-Магомедов. — М. : Галарт, 1995. — 424 с.

Дополнительный

1. Дизайн : Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайн-проектирования. Мастера и теоретики: Ил. слов.-справ. / под общей ред. Г. Б. Минервина, В. Т. Шимко.— М., 2004.— 283 с.
2. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен; [пер. с нем. и предисл. Л. Монаховой].— М. : Д. Аронов, 2004.— 96 с.
3. Ле Корбюзье. Архитектура XX века : пер. с фр. / Ле Корбюзье; под ред. и послесл. К. Т. Топуридзе.— М. : Прогресс, 1977.— 303 с.
4. Мосорова Н. Н. Философия дизайна : учеб. пособие / Н. Н. Мосорова; М-во общ. и проф. образования РФ; Урал. гос. архит.-худож. акад.— Екатеринбург : Архитектон, 1999.— 174 с.
5. Нестеренко О. И. Краткая энциклопедия дизайна / О. И. Нестеренко.— М. : Мол. гвардия, 1994.— 334 с.
6. Розенсон И. А. Основы теории дизайна : учебник для вузов / И. А. Розенсон.— СПб. : Питер, 2010.— 200 с.
7. Хрестоматия по дизайну / под ред. Г. В. Вершинина.— Тюмень : Институт дизайна, 2005.— 1056 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Предмет и задачи философии дизайна.
2. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX–XXI вв.
3. Генезис дизайна. Перспективы развития дизайна в XXI в.
4. Дискуссия о возрасте дизайна и ее значение для понимания дизайн-деятельности.
5. Комментарий к определению дизайна ICSID.
6. Основные виды дизайна: цели и методы проектирования, особенности формообразования.
7. Специфические особенности и судьба отечественного дизайна.
8. Функции дизайна в жизни человека и культуры.
9. Дизайн и архитектура, дизайн и искусство, дизайн и декоративно-прикладное искусство: сравнительный анализ.
10. Место и роль дизайна в формировании предметной среды XX–XXI вв. Влияние дизайна на материальную культуру повседневности.

11. Роль дизайна в организации коммуникативных процессов.
12. Экологическая миссия современного дизайна.
13. Понятия «предмет» и «вещь». Специфика рассмотрения вещи в философии дизайна.
14. Тело как «первая вещь». Взаимосвязь переживания тела и предметно-пространственного окружения человека.
15. Историко-культурные типы отношения к вещи и их преломление в постмодернистской действительности.
16. Философское определение вещи в статьях М. Хайдеггера «Вещь» и «Исток художественного творения».
17. Вещь как проект. «Мера человеческого» в проекте. Особенности дизайнерского проектирования как разновидности эстетического проектирования.
18. Методы проектирования в дизайне. Краткая характеристика системного подхода к проектированию.
19. Понятие «смысл». Специфика семиотики дизайна. Смысл вещи как продукта дизайна.
20. Понятие «форма» и его значение для осмысления дизайнерской деятельности. Форма и содержание. Форма и материал.
21. Природа и сущность эстетического. Диалектическая противоположность утилитарного и эстетического и ее преодоление в продуктах дизайна.
22. Специфика и уровни эстетической деятельности. Место дизайна в системе эстетической деятельности.
23. Основные типы эстетического сознания, их учет в дизайн-проектировании.
24. Прекрасное и безобразное как основные эстетические категории, их значение для философии дизайна.
25. Понятие стиля. Границы, сущность и типология стилей. Стили и стилевые направления в современном дизайне.
26. Способы работы дизайнера с историческим стилевым материалом. Прогнозирование стилевых тенденций первой четверти XXI века.

27. Сущность техники (по работам К. Ясперса, Н. А. Бердяева, М. Хайдеггера). Влияние техники и технологий на развитие дизайна в XX–XXI вв.

28. Соотношение технического и эстетического в современном дизайне. Сложности работы дизайнера над техническими проектами.

29. Нравственно-эстетический аспект потребления продуктов дизайна.

30. Проблемы дизайнерского творчества и самосознания. Позиция автора в культуре постмодерна и информационного общества.

31. Профессиональное самосознание дизайнера в информационном обществе.

32. Экодизайн как принципиально новая парадигма проектирования. Трудности и перспективы работы дизайнера в экологическом контексте.

33. Преодоление агрессивности и хаотичности предметного мира средствами дизайна.

34. Пути достижения новизны в современном дизайне.

35. Этические проблемы дизайнерского творчества.

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i>	3
<i>Раздел первый. Сущность и границы дизайна</i>	22
<i>Раздел второй. Проблема вещи в философии дизайна</i>	42
<i>Раздел третий. Дизайн как эстетическая деятельность</i>	56
<i>Раздел четвертый. Философские аспекты рассмотрения вещи</i>	69
<i>Раздел пятый. Проблемы стилиобразования в современном дизайне</i>	98
<i>Раздел шестой. Проблемы творчества в дизайне</i>	112
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	121
<i>Приложение. Примерные темы рефератов и вопросы к экзамену</i>	124

Учебное издание

Быстрова Татьяна Юрьевна

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Редактор *Л. Ю. Козяйчева*

Верстка *Е. В. Ровнушкиной*

Подписано в печать 14.10.2015. Формат 60×84 1/16.

Бумага писчая. Плоская печать. Усл. печ. л. 7,44.

Уч.-изд. л. 5,7. Тираж 100 экз. Заказ 345.

Издательство Уральского университета
Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ
620049, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 5
Тел.: 8 (343) 375-48-25, 375-46-85, 374-19-41
E-mail: rio@urfu.ru

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620075, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: 8 (343) 350-56-64, 350-90-13
Факс: 8 (343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru



БЫСТРОВА ТАТЬЯНА ЮРЬЕВНА

Доктор философских наук, профессор кафедры культурологии и дизайна УрФУ, научный редактор журнала по архитектуре и дизайну «Академический вестник УралНИИпроект РААСН», почетный работник высшего образования РФ, автор более 250 работ по вопросам дизайна, архитектуры, культуры города.