

Артём Дап

Русский путь бизнеса и дизайна ^β



Артем Саркисович Дап

Русский путь бизнеса и дизайна

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=49894983

SelfPub; 2020

Аннотация

Сочетание западного чувства стиля и русской душевности, а также мастерское владение «глаголом» дало нам феномен Пушкина. Вербальная отстранённость от русского языка позволила Пушкину отнестись к нему как к «гипсу» и стать «дизайнером» современного литературного «великого и могучего». С 1991 года Россия оказалась в среде вербального и визуального языка западной культуры, но мы остаёмся русскими, отличаясь, прежде всего, душевностью. В России сейчас примерно 5 тысяч профессиональных дизайнеров. Ещё больше разработчиков приложений и сайтов. Итого – несколько тысяч «пушкиных», для которых знание английского – обязательное требование к пониманию интерфейса компьютерных редакторов, а багаж западной культуры, язык дизайна – кругозор, необходимый в конкуренции наций на уровне товаров и услуг. Новоиспечённые «пушкины» могут стать фундаментом крепкого среднего класса страны, которого практически не было с 1917 года...

Содержание

От автора	4
Часть первая	6
Глава первая	7
Глава вторая	10
Глава третья	26
Глава четвёртая	33
Глава пятая	45
Конец ознакомительного фрагмента.	71

Выражаю искреннюю благодарность родителям, друзьям Андрею и Антону за всестороннюю многолетнюю помощь в написании книги, а также Сергею Р., Кириллу Ф., Карине Я., Кате Ч., Мадине К. и всем тем дизайнерам, коллегам, которые когда-либо со мной трудились. Отдельная благодарность Вячеславу П. и Максиму Ш.

От автора

Я родился в 1984-м году. Моё поколение молодое, но ещё помнит 90-е годы, и мы помним СССР. Мы помним, что в СССР «дизайна не было», а сейчас он почти есть. Но сейчас мы деградировали, а тогда была социальная справедливость и уверенность в будущем. Мы знаем, что была холодная война и догадываемся, что во многом проиграли её из-за отсутствия дизайна.

Дизайн – продукт рыночных отношений и среднего класса, которого у нас не было и, значит, не было дизайна. Книга создана с целью разбудить средний класс. Средним классом могут стать российские дизайнеры и программисты. Они уже успели зарекомендовать себя на международном рынке специалистов. Также книга призывает иначе взглянуть на

свою деятельность начинающим предпринимателям без дизайнерской компетенции, учесть фактор дизайна. Возможно, обучиться этой компетенции.

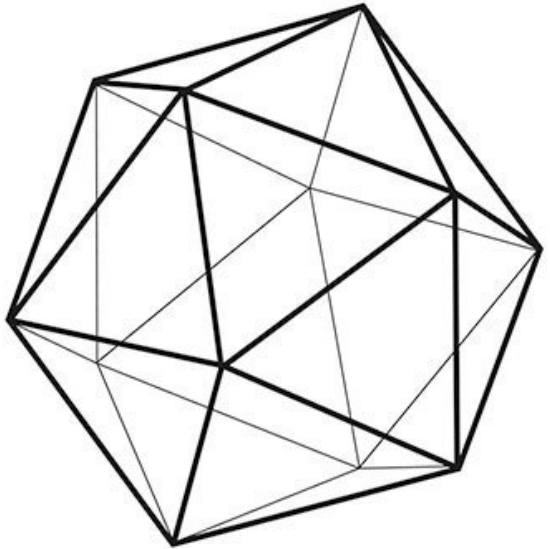
В России нет полноценного среднего класса. Так сложилось исторически. И если данная книга ускорит его формирование и укрепление, то можно считать, что она не зря создавалась в течение 12 лет.

Часть первая Прадилайн

*Восстань, пророк, и виждь, и внемли,
Исполнишь волею моею,
И, обходя моря и земли,
Глаголом жги сердца людей.*
А. С. Пушкин. Пророк (1828)

langue et culture

nom
verbe
adjectif



Глава первая

Если ориентироваться на первые шумерские образцы клинописи, полноценная письменность появилась примерно 5 тыс. лет назад, а учитывая более ранние системы записи – около 6 тыс. лет назад. Но когда возник язык? На такой вопрос ответить труднее. Мы точно знаем, что осмысленными языковыми навыками обладают даже животные. Нам известны любопытные примеры шимпанзе Уошо, гориллы Коко и даже попугая Алекса. Возможно, уже австралопитеки обладали достаточно развитыми языковыми навыками, а это около 4,5 млн лет тому назад. Частично свет на нашу загадку проливает революционная работа Ноама Хомского 1957 г. – «Синтаксические структуры». В ней лингвист приходит к выводу, что наша речь является не просто способом коммуникации и набором слов, а генетической, врождённой способностью мозга. И синтаксис, и морфология языка, а в мире насчитывается 5–6 тыс. языков, имеют общую природу, общий механизм. Благодаря такому свойству новой коры головного мозга ребёнок очень быстро учится языковому общению. Наша речь сама по себе является не лучшим способом передачи данных: часто мы говорим двусмысленно, многосложно, можем быть по-разному поняты. Язык является не столько средством общения, сколько когнитивной способностью, то есть методом мышления и познания. Инте-

ресно отметить, что 5–6 тыс. языков, помимо прочего, имеют общие признаки в виде существительных и глаголов, в большинстве этих языков есть прилагательные.

Любое языковое общение по сути своей – событийное отражение, реальность, которую мы превращаем в речь. Но в речи мы не ограничены рамками времени, мы можем констатировать не только события настоящего времени, но прошлого и будущего. Языковая форма есть прототип реальности, а процесс общения – первая и древнейшая форма прототипирования. А это уже дизайн. Ведь дизайн и в современной форме понимания – прежде всего прототипирование. Оно используется как метод коммуникации и проверки качества всю человеческую историю создания предметов и строительства. Но превратившееся в профессию в результате развития массовой промышленности, когда перед тем как выпустить автомобиль, посуду, игрушку, еду или одежду, их следует спрототипировать, при помощи достоверного макета (пробы) или объёмного рисунка. Помимо макетов, прототипы позже стали создаваться при помощи компьютерного моделирования. Эти меры снижают вероятность дорогостоящей ошибки при тиражировании продукта.

Дизайн и языковая речь имеют ту же самую общую природу, алгоритм. Дизайн является усложнённой формой коммуникации; это когнитивная способность, аналогичная по своей природе языковому общению. Дизайн нужно подвергать морфологическому разбору, поделив его на «*существи-*

тельное», «*глагол*» и «*прилагательное*». Это универсальные признаки, присутствующие в любом языке мира и, значит, распространяющиеся на дизайн как один из видов коммуникации внутри проектной группы. Такой подход раскроет нам суть дизайна, станет основой понимания его внутреннего содержания.

Говоря о языке как о самом древнем инструменте прототипирования событий и предметов, подразумеваем, что это самая первая форма дизайна. Назовём его *продизайном*. В эту категорию входит не только речь, но и дальнейшие её производные средства коммуникации: письменность и алфавит, примеры древних чертежей, макеты, прототипы. Процесс проектирования, то есть дизайна, схож с процессом построения речи в предложении. Он неизменно состоит из «существительного», «глагола» и «прилагательного».

Глава вторая

Применить языковую морфологию в дизайне не было спонтанным решением. Этому предшествовала насущная необходимость в начале моей деятельности в 2010 г. как дизайнера-фрилансера, а затем как дизайн-директора студии. Мне было необходимо разделить мой труд так, чтобы заказчику, мне, а в дальнейшем и моей команде был понятен процесс ценообразования, последовательность и объём деятельности. Например, при создании сайта вначале заказчику презентовалась словесная концепция с эскизами в 1–3 вариантах. Каждый из этих вариантов был принципиально разным по направлению; они помогали клиенту понять, какое направление лучше соответствует пониманию конечного результата заказчика и уложится ли тот в свой бюджет. По сути, *«существительное»* – хорошо продуманное техническое задание с предварительными набросками. Наброски при этом чем проще и «карандашнее», тем лучше. Это побуждает клиента активнее принимать участие в проектировании на данном этапе. Любой человек умеет делать простые зарисовки, и для этого не требуется специальных знаний. Красивые макеты в таком случае не являются барьером к эффективному общению с заказчиком, вы общаетесь на равных. Я всегда исходил из того, что если умею рисовать и знаю фильтры в фотошопе (а заказчик не умеет и не знает),

это не делает меня единственным дизайнером в общем процессе. «Существительный» этап, этап формирования технического задания, уже имеет свою стоимость, ведь он значительно сокращает издержки времени и денег. Нередко рекламные агентства выполняют роль «существительного» дизайнера, формируя концепцию и перепоручая проект специализированной студии. Чаще всего на начальном этапе это была вводная услуга в борьбе за клиента или его лояльность. В дальнейшем она оценивалась как отдельная услуга. Часто можно услышать словосочетание «дизайн-мышление», но это скорее мода, за которой стоит тот самый «существительный» дизайн, однако он присутствовал у человечества всю его историю. Взять хотя бы Рене Декарта с его системой координат и примерами графического решения уравнений. Например, однажды на подготовке к экзамену мне попало уравнение, которое можно решить, только начертив функцию на рисунке и увидев, как эта функция ведёт себя исходя из своих свойств на системе координат, и никаким иным способом решить уравнение было невозможно. Если упомянуть о методах дизайн-мышления, то самой полезной книгой в этой области можно назвать «Визуальное мышление» Дэна Роэма. Когда говорю о «существительном» дизайне, то часто рекомендую к прочтению именно эту книгу. «Существительный» дизайн – самый важный вид дизайна, особенно для сегодняшней России. От того, насколько правильно он проработан, зависит дальнейший успех любого дизайн-проекта.

та. Рекомендую книгу Дэна Роэма не столько дизайнерам, сколько менеджерам и управленцам. Однажды, и для меня это было откровением, понял, что менеджеры есть неотъемлемое и самое главное звено в создании сложного дизайна. Именно «существительный» дизайн – самый важный этап проектирования сложных систем. В этот момент стал посвящать себя всё больше менеджерской работе, поскольку до сих пор не встречал вдохновляюще качественную управленческую работу в области дизайна в России. Но при этом видел, как много вдохновляющих, эстетически прекрасных работ делают мои отечественные коллеги на уровне «прилагательного».

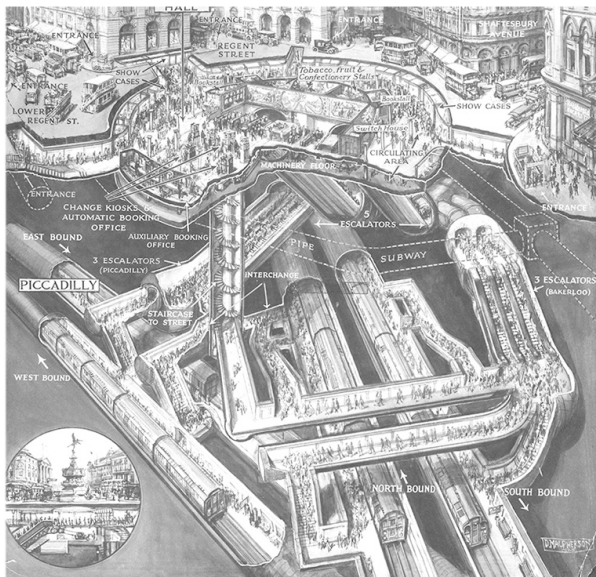
Менеджеры – представители заказчика. Нередко и сам заказчик выступает в роли менеджера проекта, то есть дизайн начинается с заказчика, и он в нём главное звено. Такая мысль звучит более очевидно. Заказчик – главное звено, поскольку выступает собирательным образом своей целевой аудитории, предъявляет общественный заказ этой аудитории. Даже если он окажется неправ и проект провалится, заказчик берёт риск на себя, оплачивая дизайнеру заказ, что заслуживает уважения к его видению конечного результата. Дизайнеру следует делать ставку именно на видение своего заказчика или его представителя (менеджера дизайн-студии в том числе). И уже на этапе «существительного» дизайна опытный специалист, если не согласен с видением заказчика, должен отказаться от проекта. Если заказчик производит,

например, алкогольную продукцию, ему не надо объяснять, что это «форма геноцида», правильно просто не брать заказ. Общественный заказ требует алкогольную продукцию, и заказчик удовлетворяет спрос. В противном случае алкоголь будет производиться подпольно. И именно заказчик учит, как делать дизайнеру дизайн, учит тонкостям своего бизнеса. Часто же дизайнер считает себя вправе учить заказчика «существительному» дизайну, а по сути – бизнесу заказчика. Это абсолютно неверный, глупый подход. Верным подходом было бы предоставить заказчику платформу для обсуждения в виде «существительного» дизайна. И если у него есть хотя бы 3–5 лет опыта работы в своей сфере, то перед нами откроются важные знания в его деятельности. Профессионализм дизайнера в том, чтобы «списать портрет» заказчика (его бизнес), а не «нарисовать ему новое лицо». Если не уделено должного внимания «существительному» дизайну, то появляется парадокс. Допустим, требуется brutальный уазик, а дизайнер предлагает классный спортивный феррари. В итоге находится компромисс в виде потрёпанной правками «Нивы», и оба расходятся недовольными. А если дизайнер предоставит недоделанный УАЗ, то, возможно, заказчик останется доволен и просто доведёт до ума в тюнинг-салоне.

Многие в «существительном» этапе увидят работу творческого директора. И будут почти правы. Действительно, творческий директор создаёт концепцию, ключевая задача которой – понять стоимость будущего проекта, а не сделать

работу «креативной» или «яркой». Но творческий директор не всегда является в прошлом дизайнером с навыками именно дизайнера, отчего работы в итоге являются «рыхлыми», «шаблонными». Более того, мало просто создать концепцию, важно ещё правильно управлять дизайн-процессами в проекте, понимать эту цепочку полностью и даже быть готовым выполнить роль, например, и технического иллюстратора, и верстальщика, и 3Д-моделлера, и текстовика. Пусть не так хорошо и талантливо, как члены его команды, которые являются в этом профессионалами. Только так проект может быть цельным и, что очень важно, интересным команде, а не просто профессионально исполненным. Поэтому «существительного» дизайнера правильно назвать дизайн-директором, а не творческим директором. Дизайн-директор – среднее между профессиональным управленцем и профессиональным дизайнером. В то же время он не арт-директор, поскольку арт-директор – стабильно качественный «прилагательный» дизайн. «Суперзвезда», одарённая от природы чувством эстетики и обладающая достаточными коммуникативными навыками, чтобы вытянуть работу среднестатистического дизайнера до своего «олимпийского» уровня. Настоящий арт-директор – штучный дорогой «товар». Его могут позволить себе далеко не все компании. Он априори специалист с популярным портфолио, на которое равняются и которое копируют. И вообще-то, студия или компания может обойтись без арт-директора. Так честнее, чем называть

арт-директором того, кто им не является по факту. Но без дизайн-директора дизайн-студия обойтись не сможет. Эта функция часто «размазана» между руководителем компании, если это не профессиональный дизайнер, и старшим дизайнером. Или эту роль выполняет руководитель компании, который по совместительству дизайнер.



Первая в мире схема метро. Лондон 1926 г. Фрэнсис Пик первым применил дизайн как инструмент управления общественным мнением, снижая страх населения перед использованием инновационного вида общественного транспорта

А роль «арт-директора» в таких студиях выполняют «Пинтерест», «Биханс», «Дриббл» и прочие подобные ресурсы. Об этом рассказано во второй части книги. Одним из первых известных мне примеров блестящей работы в качестве дизайн-директора можно считать деятельность Фрэнка Пика (1878–1941) на посту исполнительного директора лондонского метрополитена в начале XX в. Благодаря дизайнерскому подходу ему удалось решить ключевую проблему – заставить людей передвигаться метрополитеном, перед которым лондонцы испытывали страх. Подробнее об этом замечательном примере можно узнать в прекрасной книге Адриана Форти «Объекты желания».

После того как заказчик выбрал генеральную линию, концепцию нашего гипотетического сайта, наступает этап проработки на уровне макетов. Ему предоставляются разные технологические решения этой концепции – «*глагол*». Здесь уже важно «держать на пульсе» технических специалистов будущего проекта: программистов, если это сайт, или конструкторов, если промышленный дизайн. Важно сделать прозрачной и для заказчика, и для команды инженерную составляющую проекта. Это в конечном итоге влияет и на сроки, и на стоимость. Также важно вообще понять, что технически реализуемо, а что нет, то есть здесь речь идёт о «дизайн-глаголе». В дизайне интерфейсов, например, «глагол» – это UX-дизайн. В разных сферах он проявляет себя или явно как в UX, или плавно перетекает в «прилагательный» ди-

зайн, как, например, в автопроме. **«Прилагательным»** же дизайном называется эстетическая составляющая дизайна. В тех же интерфейсах речь идёт об UI-дизайне.

Итак, **«существительный»** дизайн отвечает за идею проекта (чаще всего это бизнес-модель в части коммуникации с клиентом и производства товара в отражении дизайна), **«глагол»** – за его форму и конструктив, **«прилагательное»** – за эстетику. «Существительное» – абстракция, а «прилагательное» – конкретика. В привычном понимании дизайном считается этап «глагола» и «прилагательного». «Существительное» же часто не воспринимается как часть дизайна. Оно не должно ложиться полностью на плечи заказчика или менеджера проекта, иначе техническое задание дойдёт в неполном или некорректном виде. В большинстве случаев недоработка «существительного» является основной причиной плохого качества дизайна, если не учитывать профессиональные качества самого дизайнера или команды. Продуктом станет красивая картинка или предмет, но он будет в разной степени оторван от общественного заказа. И наоборот: мы можем видеть примеры эстетически плохого, но успешного дизайна, поскольку «существительное» в нём проработано, «глагол» оптимизирован. И именно поэтому те дизайн-студии, в SEO которых находятся дизайнеры, а не люди других профессий, имеют гораздо больше шансов стать успешными. Когда я говорю о непродуманности «существительного» дизайна, то речь больше о России, а не о западных

странах, поскольку с 1917 г. институт предпринимательства и среднего класса был практически полностью ликвидирован. Уничтожена «частная собственность на средства производства». А задача предпринимателей и среднего класса как раз и заключается в создании «технического задания» на общественный заказ в виде роста уровня жизни в быту и в труде в условиях конкурентной рыночной среды.

Со временем я убедился на практике, что морфологический подход универсален и применим к любому виду дизайна, поскольку происходит, как было сказано выше, из когнитивной особенности нашего мозга и имеет общее начало с формированием любой проектной деятельности, включая язык и письменность.

Придумав морфологический подход в дизайне, я не был уверен, что термины «существительное», «глагол», «прилагательное» и сама «морфологическая» теория воспримутся дизайн-сообществом и несколько лет использовал морфологический метод для своих внутренних задач. Но первый выход в свет данной терминологии на лекции Геннадия Лохтина и Антона Шнайдера в дизайн-школе Яндекса в 2015 г. не нашёл какого-то сопротивления или возражения. Со слов Антона, «как будто это очевидно, и так и должно быть». В том же году с Антоном Шнайдером и Андреем Зубриловым мы рассказали о «морфологии» на лекции в Суздале и не только не нашли сопротивления, а термины постепенно вошли в словарный обиход. Сейчас я периодически встречаю

их в информационном поле.



Рассказ о *морфологическом принципе* на докладе Антона Шнайдера и Геннадия Лохтина в дизайн-школе «Яндекс», 2015 г.

Помимо метода разделения труда, *морфологический подход* позволяет более конструктивно осуществлять критику дизайна. Какую часть дизайна мы критикуем в визитке? «Существительное», когда визитка создана персональной для деловых целей, а выполнена в духе рекламы автомойки? «Глагол», когда размер визитки сделан в нестандартном размере и в итоге не помещается в визитницу? А свёрстано все так, что она напоминает кроссворд и её неудобно читать, а электронный адрес и номер телефона можно разглядеть только через микроскоп. «Прилагательное», когда шрифт и типографика оставляют желать лучшего?

В *морфологической критике дизайна* также кроется существенный педагогический и кадровый потенциал. Мы можем довольно рано определить, к какому виду дизайна скло-

нен начинающий дизайнер, и развивать его именно в этом направлении. На базе морфологического метода я разработал подход «СОК» (аббр. Смысл, Образ, Красота), который позволил решить проблему кадрового голода в такой специфической сфере, как выставочный дизайн, и брать дизайнеров практически с нуля, довольно быстро обучать внутри команды, выявляя склонности будущего дизайнера и критикуя его в большей степени там, где у него наибольшие склонности. Об этом подробнее во второй части книги.

Конечно же, в реальной проектной деятельности последовательность создания может быть какой угодно: (прилагательное—существительное—глагол, глагол—существительное—прилагательное и т. д.), особенно если проект нетрудоёмкий, будь то буклет, или визитка, или небольшая иллюстрация. Там есть место импровизации, можно начать просто с красивого хода и фрагмента (с «прилагательного») и развернуть его в конечный продукт. Можно начать с интересной новой технологии в вебе (с «глагола») и развернуть её в небольшую веб-страницу. Но если речь о сложном, трудоёмком проекте с большим количеством участников как со стороны исполнителя, так и со стороны заказчика, то последовательность почти всегда неизменна, если мы заинтересованы в хорошем результате. Вначале «существительный» дизайн, потом «глагол» и уже потом «прилагательное».

Может показаться, что я говорю о «прилагательном» дизайне и о дизайнерах «прилагательного типа» в уничижи-

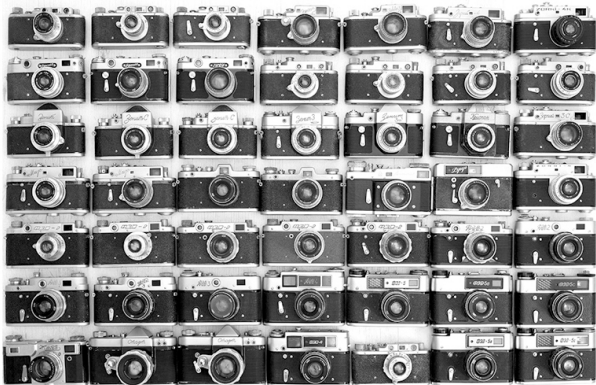
тельной степени. Это, конечно же, не так. Дело в том, что эстетический талант – просто природный дар, и он либо есть, либо нет. Эстетически одарённые люди – просто данность, которой вряд ли можно научить, по крайней мере не в подростковом периоде, если вообще такое возможно. Важно найти дарованиям достойное применение, и печально видеть, что из-за отсутствия полноценного среднего класса, предпринимателей, задача которых – формировать «существительный» дизайн, одарённые эстетически, в лучшем случае находят себя в странах, где средний класс есть. Или занимаются бессмысленным рисованием «красивых помидоров». Такая ситуация напоминает талантливую Аллу Пугачёву, для которой полное отсутствие «существительного» дизайна в виде тандема поэтов, композиторов и советской цензуры сыграло отрицательную роль. И мы до сих пор ассоциируем примадонну не с «Мадам Брошкиной» из 90-х, а с «До свидания, лето» из 70-х. Но и неверно считать, что эстетически одарённые «прилагательные» дизайнеры – это именно дизайнеры. Нет. Скорее художники. Дизайн – в большей степени «существительное» и «глагол», а не «прилагательное». Только единицы из «художников» достаточно гениальны, как Александр Пушкин, чтобы сразу в трёх состояниях быть эффективными.

Говоря о «прилагательном», я часто добавляю, что оно первично, но не поддаётся ни рациональному осмыслению, ни каким-то законам, ни управлению, а просто результат та-

ланта. Как не всем дано красиво петь или забивать мячи в корзину, быть супермоделями, так и не всем дано быть художниками. Задача же «морфологического» подхода – создать все предварительные условия в виде «существительного» и «прилагательного», чтобы в «блюдо дизайна» добавить «прилагательных специй». «Специи» не нужно готовить, они лежат на полке, их можно добавить в блюдо, но и без блюда сами по себе они несъедобны.

Ниже приведён конкретный пример «существительного», «глагола» и «прилагательного» на фотокамерах. «Существительный» дизайн отвечает на вопрос «кто?» и «что?», описывая предметную область дизайн-проекта, что вообще является объектом проектирования и каково его предназначение, сценарий использования, целевая аудитория и т. д. «Дизайн-глагол» – действие по превращению технического задания («существительного») в действующий образец с учётом технологических, бюджетных и прочих факторов. Процесс часто выглядит как конструкторская, инженерная работа. И «прилагательный» дизайн – наделение будущего предмета эстетическими или любыми другими признаками эмоционального окраса: «мужской», «кричащий», «нейтральный», «синий», «детский», «русский» и прочее. В случае с фотокамерами «существительным» является общественный заказ на компактные бытовые и профессиональные фотокамеры, «глаголом» – их техническое воплощение, будь то плёночный принцип или принцип создания цифрового изобра-

жения с помощью светочувствительной матрицы.



Советские плёночные фотоаппараты «ФЭД», «Зоркий», «Зенит», «Ленинград», «Мир», «Киев», «Кристалл»



«Прилагательное» «Никона»
немного отличается от «Канона».
Но ещё более оно отличается от
предыдущего поколения фотоаппаратов с другим «глаголом»



Фотокамеры, имея почти одинаковый технический принцип работы («глагол»), обладают различными визуальными воплощениями («прилагательное»). Часто дизайном считают лишь «прилагательную» составляющую. На самом деле под ним следует понимать «перетекание» «существительного» в «глагол», а «глагола» – в «прилагательное». Данный принцип универсален

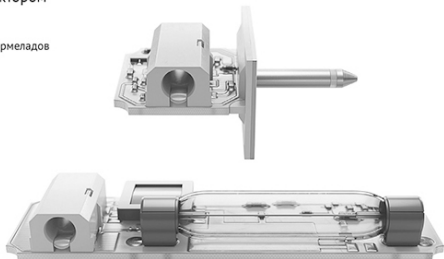


Красота формы («прилагательное») дефектоскопа продиктована исключительно его функцией и инженерной составляющей — «глаголом»

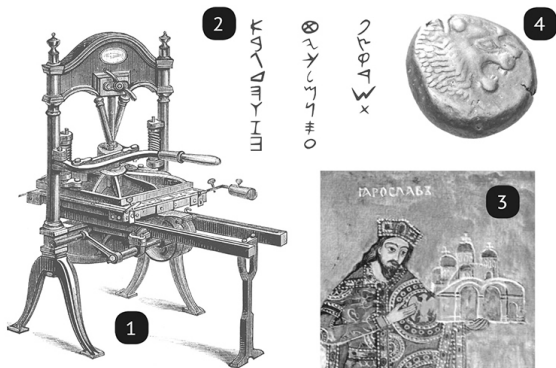
Из портфолио автора для музея «Транснефть-Прикамье»

Внутреннее устройство органического сенсора «Лапка». «Глагол» доведён до уровня «прилагательного», и это само по себе явилось сильным продающим фактором

Дизайнер: Вадим Мармеладов
mylapka.com



Глава третья

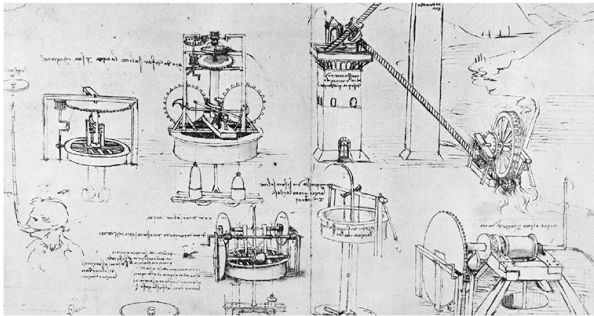


Примеры раннего проявления дизайна (прадизайна): 1) печатный станок Гутенберга, XV в.; 2) древнейший финикийский алфавит, XV в. до н. э.; 3) фреска X в., на которой Ярослав Мудрый держит макет Софийского собора в Киеве; 4) лидийская чеканная монета, VII в. до н. э.

Дизайн – когнитивный процесс, способ коммуникации внутри проектной группы, когда создаётся прототип, тестируется и тем самым сводятся к минимуму ошибки запуска в тираж или единичное производство. Исключаются погрешности при дальнейшей эксплуатации продукта. Прототипы могут быть исполнены как в виде достоверного объёмного макета, так и нарисованы в чертежах или созданы в 3Д-редакторе. Всю видимую историю человечества, включая времена жреца и зодчего Имхотепа, дизайн всегда существовал. И древние архитекторы или ремесленники – те же самые

дизайнеры. Они уделяли внимание и «существительному», и «глаголу», и «прилагательному». И прежде чем строить сложные сооружения, создавали и просчитывали чертежи, изготавливали макеты. Интенсивное развитие промышленности в XIX в., а также торговые пути привели к массовому производству и к неценовым методам рыночной конкуренции. Поэтому важно было не только уделить внимание «существительному» и «глаголу», то есть создать рабочий инженерный образец, но и проверять его на эстетические свойства. В конечном итоге, если условные стулья функционально идентичны, то потребитель выбирает товар уже по эмоциональным эстетическим, «прилагательным» свойствам. Товар должен отвечать эмоциональным ожиданиям потребителя, подчеркнуть его статус, пол, этнос, профессию, возраст и т. д. Но это совершенно не значит, что дизайна не было, скажем, 2 000 лет назад. Дизайн – проектный процесс и существовал всегда. Ремесленники и зодчие создавали жилища, предметы быта, украшения, одежду, оружие. И «существительное», и «глагол», и «прилагательное» в их деятельности были неразделимы. С ростом промышленности в XVIII–XIX вв. окончательно сформировался класс буржуазии, средний класс из предпринимателей, которые взяли на себя роль «существительных» дизайнеров. Так образовалась отдельная проектная профессия под названием «дизайнер». В такой цепочке дизайнеру досталась роль «глагола» и «прилагательного». Неслучайно, что именно в промышленно раз-

витой средневековой Италии появился первый художник и инженер в одном лице – Леонардо да Винчи. Как и современный дизайнер, он уделял внимание и «глаголу», и «прилагательному». А поскольку рост промышленности продолжался, то появилась не просто профессия дизайнера, но и целая отрасль. В дальнейшем эстетические свойства предмета стали не только фактором рыночной конкуренции, но и фактором конкуренции наций. Например, американская выставка в Сокольниках во времена хрущёвской оттепели в 1959 г. стала сильным идеологическим ударом по сознанию советских граждан, недавно оправившихся от войны. Американские товары народного потребления стали пределом мечтаний советских домохозяек, и в глубине души люди стали мечтать о «загранице». И если ленинская федерализация была миной замедленного действия в распаде СССР (из интервью с Владимиром Путиным, взятого режиссёром Игорем Шадханом в 1991 г.), то отсутствие предпринимательства и дизайна – идеологическим «бикфордовым шнуром».



Эскизы технических устройств Леонардо да Винчи



Американская выставка в Сокольниках, 1959 г.

Можно выделить два основных импульса развития отрасли дизайна. Первый импульс произошёл на рубеже XVIII–XIX вв. в Англии с развитием ткацкой, мебельной и посуд-

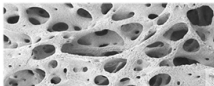
ной мануфактур. Англия торговала по всему миру, но ткани, произведённые на станках, эстетически проигрывали тканям из Индии. Дизайн как профессия стал возникать в попытке сделать товар не только массовым при помощи машин, но и эстетически не хуже аналогов ручного производства. Всё в той же книге Адриана Форти приведены подробные расценки на услуги художников по тканям в XIX в. Из этих данных ясно, что услуги дизайнера были очень востребованными уже в то время. А одним из первых дизайнеров, по мнению Форти, можно считать владельца одноимённой гончарной мануфактуры Джозайю Веджвуда (1730–1795).

Пожалуй, опыт Веджвуда является ещё одним примером блестящего дизайн-директорства. Опираясь на античное и древнеримское искусство, он смог отладить серийное производство посуды, не уступающей эстетически античным и древнеримским аналогам и превосходящей их по эксплуатационным свойствам.

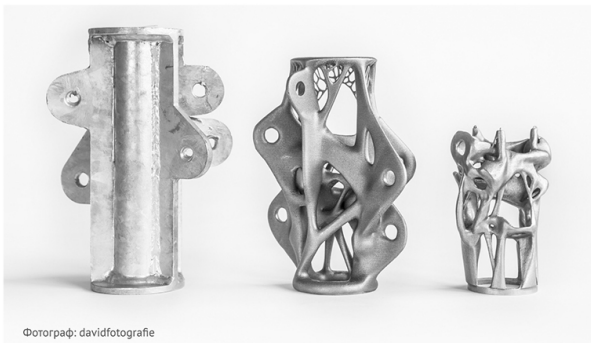
Второй отраслевой импульс развития дизайна – появление персонального компьютера и графических редакторов в 1980-х гг. и САПР (системы автоматизированного проектирования). Теперь прототипы можно создавать не только в фабричных условиях, но везде, где есть ПК, моделируя (прототипируя) объект дизайна с достаточной степенью достоверности. Эта веха привела к значительному росту количества людей, занятых в отрасли, из-за снизившегося порога входа в профессию.

В скором времени наступит третий импульс, связанный с распространением интернета, смартфонов и нейросетей, а также увеличением производительной мощности процессора. Технологии частично или полностью автоматизируют «существительный» дизайн и «глагол», порог входа в профессию снова повысится.

В 1980-х гг. появился генеративный дизайн и стал активно развиваться в 2010-х. Будет востребовано в большей степени «прилагательное» (эстетический талант). Искусственный интеллект им не обладает, да и не всякому человеку даётся от природы.



Костная ткань – лёгкая и прочная конструкция, созданная природой



Пример генеративного дизайна. Деталь создана компанией «Аруп» при помощи программных продуктов компании «Автодеск» «Fusion 360 Ultimate» и «Netfabb». Аналоги справа требуют меньше материала, легче и прочнее образца слева. В промышленном дизайне наблюдается тенденция автоматизации «глагола»

Глава четвёртая

Отрасль дизайна возникла вследствие индустриального скачка XVIII–XIX вв., при котором экономика из преимущественно аграрной стала промышленной; на смену мануфактурам приходили фабрики. Индустриальной революции предшествовала серия буржуазных революций в Европе, начавшаяся в Нидерландах в XVI в. Суть буржуазных революций заключалась в укреплении среднего класса через укрепление класса буржуазии и дальнейшем возникновении института предпринимательства. Абсолютную монархию сменяла конституционная, власть и ресурсы «размазывались» более «тонким слоем» по всем слоям населения. Общество переходило от феодальных порядков к капиталистическим. С исторической точки зрения, раз буржуазные революции легли в основу капитализма, укрепления среднего класса и создания предпринимательства, то они же и легли в основу возникновения дизайна как отрасли и профессии.

Но и буржуазные революции, по мнению некоторых исследователей, не возникли сами по себе, а стали результатом череды голодных лет, ставших следствием так называемого малого ледникового периода (МЛП), который просуществовал в период около 1312–1791 гг. Идея о том, что МЛП существовал и как-то влиял на исторические процессы, мне и самому вначале показалась мифом, но эта теория является

во многом обоснованной. Информацию о МЛП и его влиянии можно найти во многих научно-популярных передачах и в авторитетных источниках. Учёные расходятся лишь в причинах МЛП: то ли это извержения вулканов, то ли фактор солнечной активности («минимум Маундера»), то ли остановка течения Гольфстрим. Причины в данной книге не так важны. Важно, что средневековое глобальное похолодание на территории Евразии – свершившийся исторический факт, имевший исторические последствия.

Первая фаза наступила в 1312–1315 гг. в виде серии дождливых и холодных летних месяцев и необыкновенно суровых зим, что привело к гибели нескольких урожаев в Англии, Шотландии, Германии, Франции. В Шотландии и Германии прекратилось производство винограда и виноградных вин и до сих пор не восстановлено. Заморозки и снег коснулись северной части Италии, что повлекло за собой кризис феодального хозяйства и «великий голод» 1315–1317 годов. Бедствие затронуло всю Северную Европу: Скандинавию, Нидерланды, Германию, Францию, Польшу. От голода погибли миллионы людей: 10–25 % городского населения. В России также отмечалась череда дождливых лет. Миграции крыс и других мелких грызунов, связанные с климатическими изменениями, привели к масштабной эпидемии чумы, названной «чёрной смертью». Она коснулась не только Европы, но Северной Африки, Азии, беспощадно выкашивая десятки миллионов людей.

Вторая фаза началась приблизительно с середины XVI в. После небольшого потепления температура вновь стала снижаться. В России наступил «великий голод» 1601–1603 гг. во время правления Бориса Годунова. Начались смута и крестьянские антифеодальные восстания. Из-за больших территорий восстания не приобрели характер буржуазных революций. Казаки и крестьяне имели возможность расселиться по малонаселённым южным и восточной части Руси, в то время как перенаселённая голодающая Европа уже в первой фазе МЛП пошла другим путём, колонизируя другие страны, исследуя другие материки (эпоха географических открытий, а по сути, интервенций и колонизаций). Если в Европе МЛП привёл к росту среднего класса и капитализма, то в России в результате смуты и освободительной войны от польской интервенции (1612) воцарились Романовы. Абсолютная монархия не только не ослабла, но и окрепла через сплав реформированного православия и романовского самодержавия. Но вместе с тем России предстояло участвовать в войнах с уже модернизированной Европой, и *МЛП-фактор* модернизации не обошёл и нас стороной. Пётр I основные усилия прилагал к военной модернизации, созданию флота и мощной артиллерии. Русский путь модернизаций и технических инноваций с XVII в. и до сегодняшнего дня имеет в большей степени военно-оборонительный характер, характер «орудия» в конкуренции наций, защиты от голодающей «хищной» Европы.

Третья фаза МЛП относится к XVII–XIX вв. и является наиболее холодным периодом. После сравнительно тёплого лета XVI в. в Европе резко снизилась среднегодовая температура. Замерзли даже южные моря, замерзала Темза. В 1621–1669 гг. замерз Босфор, в 1708–1709 гг. у берегов замерзало Адриатическое море. В Италии выпадал снег большой глубины. Особенно холодным выдался 1665 г. во Франции и Германии. Новая волна похолодания наблюдалась в 1740-х гг. Во Франции неоднократно наблюдалась сильная пурга. В 1784 г. Париж до конца апреля находился под ледовым и снежным покровом.

Последствия третьей фазы МЛП не были так катастрофичны, как в первой фазе, поскольку модернизация, наступившая после первой фазы, сделала людей более подготовленными. Изменилось сельское хозяйство, стали выращивать не только злаки, но и корнеплоды; в результате развития мануфактур и фабрик одежда стала доступнее и теплее, а также ряд других факторов хотя и не защитили людей полностью, и смерти от холода и голода продолжались, но к концу XVIII в. уже не так интенсивно. У Европы выработался определенный «иммунитет» к МЛП в виде укрепления среднего класса и развития капиталистических отношений, приведших к масштабной индустриализации. Именно с МЛП, скорее всего, и следует связывать инновации XVIII века, приведшие к успеху промышленную революцию в Англии. В текстильной промышленности стали использо-

вать прядильные машины Аркрайта, Харгривса и Кромптона. Первые фабрики были ткацкими, потому что в условиях похолодания растёт запрос на одежду. В металлургической промышленности каменноугольный кокс пришёл на смену древесному углю, поскольку при похолодании растёт потребность в альтернативных источниках энергии.

Следует отметить, что пусть не фабрики, но первые мануфактуры стали появляться в XII в. в Византии и Италии до похолодания. Таким образом, МЛП не сам по себе причина, а акселератор развития. Если представить, что МЛП бы не было, то тот процесс модернизации, который продлился 500 лет, возможно растянулся бы на несколько тысячелетий через череду кризисов и войн. Отсюда и парадокс, что человек, родившийся в начале XX в., всё детство видел, как люди передвигаются гужевым транспортом, как и сотни поколений до него, а уже к зрелому возрасту мог застать не только автомобили, но и самолёты, вертолёт, атомные ледоколы, подводные лодки, ракеты и др. Будто время ускорилося. Не будь МЛП, в 2019 г. мы, возможно, только-только подходили бы к идеям Рене Декарта или Исаака Ньютона. Показательными являются примеры развития древних цивилизаций (Месопотамия, цивилизация майя, Древний Египет, Древний Рим, Древняя Греция, Византия и т. д.). Достигнув предела, в отсутствие климатических катастроф как стимулов развития империи разлагались изнутри через разложение элит и распадались. Таким образом, оптимизация, мас-

совое разделение труда, урбанизация, экономное отношение к ресурсам (экономика), капитализм – факторы, способствовавшие появлению дизайна. Но все эти факторы происходят из МЛП. **Поэтому похолодание и следует считать ключевой причиной зарождения дизайна как отрасли.** Дизайнеры стали «антикризисными менеджерами» вынужденного перехода от феодального хозяйства к капиталистическим отношениям в условиях МЛП.



Последний день Помпеи. Карл Брюллов, 1833 г.



Первая в мире полноценная фотография, полученная Луи Дагером в 1838 г.

Влияние технического прогресса было всеобъемлющим, он влиял и до сих пор влияет в том числе на стили в искусстве. Этому можно было бы посвятить отдельное исследование. Здесь лишь приведу яркий пример изменений в изобразительном искусстве, поскольку оно связано с графическим дизайном. Возникновение импрессионизма во Франции вызвано появлением первой фотографии, полученной Нисефором Ньепсом в 1826 г. Луи Дагер усовершенствовал метод и получил полноценный чёрно-белый снимок в 1838 г. Для французских художников дагеротипия стала плохой новостью, поскольку ценность реализма в изобразительном искусстве теперь была поставлена под большое сомнение. Ста-

ло понятно, что в скором времени на портретах будет зарабатывать значительно труднее. Решение было придумано группой французских художников, названных впоследствии импрессионистами, предложивших использовать радикально яркие краски и промежуточные тона для передачи реальности как индивидуального восприятия или «впечатления» об окружающем мире. Конечно, были тому предтечи вроде работ позднего Тёрнера или даже Эль Греко, но это ещё не было отдельным, ярко выраженным направлением живописи. Становление импрессионистов пришлось на 60–70-е гг. XIX-го в. Данное направление живописи был бы актуальным и сейчас, если бы в 1861 г. не вмешался физик Джеймс Максвелл, представив научному сообществу первую в мире цветную фотографию. Тогда уже обесценились не только цвет и цветопередача, но и форма. Экспрессионизм, кубизм, сюрреализм – все эти течения в основе своей содержат одну и ту же причину – появление фотографии. Во всей этой истории можно считать провидцем Карла Брюллова, вписавшего себя в сюжет «Последнего дня Помпеи» (1833) с этюдником на голове. Брюллов, видимо, уже предчувствовал гибель всего классического искусства.

Микрофон Сеймура Шура 1930-х гг. Так же, как появление фотоаппарата повлияло на изобразительное искусство («глагол-фактор»), звукозаписывающее и звукоусиливающее оборудование повлияло на музыкальное искусство. Появилась эстрада, и прототипирование (дизайн) стало применимо в музыкальной сфере за счёт возникновения в ней «глагол-фактора».

Данный микрофон, помимо прочего, является первым массовым примером функционализма в промышленном дизайне (пример технической этики)



Подобный, чисто материалистический, «глагольный» подход к искусствоведению мог бы помочь не просто иначе взглянуть на ретроспективу любого вида искусства, но и, возможно, прогнозировать и анализировать его дальнейшее течение. Например, с появлением микрофона пропала необходимость в оперном пении как в способе петь громко без звукоусиливающих устройств, поэтому оперное пение в микрофон выглядит довольно нелепо. Кино предсказуемо снизило популярность обычного театра, а музыкальные инструменты, ранее копировавшие звуки природы, стали копировать шум двигателей внутреннего сгорания, и появился рок-н-ролл.

Мне стало интересно: а насколько распространена эта, до-

вольно очевидная, точка зрения? Но нашёл лишь доклад киноведа Мирсаида Сапарова 1974 г. на научной конференции в Эрмитаже, посвящённой первой выставке импрессионистов. В докладе он также напрямую связывает эволюцию в живописи с возникновением фотографии. Это, по всей видимости, говорит о том, что слишком долго искусство приравнивалось чуть ли не к религии, на средства которой почти всегда и существовало. И любое «морфологическое» препарирование искусства может встречать чуть ли не фанатическое отторжение у любителей Эрмитажа и Малого театра. Хотя, по сути своей, поклонение Мельпомене – следствие управления массами. Для того чтобы провести массовую урбанизацию и осуществить модерн в борьбе с МЛП, людей нужно было выдернуть из гармоничной среды обитания в природе и в своём доме. Города и городское искусство стали «парком развлечений», призванным заменить собой ценности традиционного многовекового уклада жизни семей и общин. Люди нужны были на заводах и фабриках, и требовалась трудная, монотонная работа, которую сейчас всё больше выполняют роботы. В каком-то смысле, модерн требовал того, чтобы люди были роботами, смотрели кино, телевизор, употребляли алкоголь, наркотические вещества и т. д. Все эти «инъекции» призваны для того, чтобы менее болезненно воспринимался тот факт, что мы живём в каменных «муравейниках», являясь «винтиками» в огромной машине сопротивления малому ледниковому периоду. Но МЛП вроде

как прошёл, и необходимость в болеутоляющих инъекциях пропала, но предприимчивые акулы западного капитализма догадались, что в храме Мельпомены можно торговать, что эту машину можно не останавливать вовсе, а использовать дальше в целях личного обогащения и удержания власти. Примерно в таком мире мы и живём с вами сейчас. На мюнхенской конференции по вопросам политики и безопасности в 2004 г. Владимир Путин назвал такой мир однополярным с единым центром власти и силы, находящимся в США. Он предупредил, что такой мир не только опасен, но и невозможен. Эта речь настолько эпохальна, что напоминает историю про то, как основатель христианства подверг сомнению «однополярность» Священной Римской империи, незабываемость власти Цезаря, за что был осуждён Пилатом и казнён. Россия, действительно, последние 100 лет напоминает коллективного Иисуса. Весь XX в. она приносила себя в жертву в двух революциях и в двух мировых войнах, ради одной-единственной цели: доказать, что все нации равны перед Богом и в конкуренции наций у всех равные шансы на существование и благополучие, что мир должен быть многополярным, что нет исключительной и незаменимой Римской империи, исключительной Немецкой империи, исключительной Британской и Американской империи...¹

¹ Из выступления президента США Барака Обамы в военной академии Вэст-Пойнт перед выпускниками: *«Я верю в американскую исключительность всеми фибрами моего существа. Но нас делает исключительными неспособность пренебрегать нормами международного права и верховенства закона, а наше*

Десятки миллионов жертв, которые принесла Россия в войнах и революциях в XX веке, следует считать и её платой малому ледниковому периоду. Чтобы остановить западный каток «ледяного» капитализма, возвращённого малым ледниковым периодом, громыхающего железом, машинами убийств и снарядами, нам пришлось в кратчайший срок осуществить свой собственный модерн. То, на что в Европе ушло 500 лет, нам удалось совершить за 30–50 лет, погнбнуть в 1917-м и воскреснуть, вновь погнбнуть в 1991 г. и вновь воскреснуть. Не чудо ли это, стоящее в одном ряду с библейскими чудесами? Поняв глубину и значимость процесса, можно осознать русский путь дизайна, дизайна цивилизации защитного типа.

Глава пятая

К XX в. конкуренция наций приобрела беспрецедентный характер. МЛП привёл к техническому прогрессу, а прогресс столкнул человечество в двух мировых войнах. Кульминацией этого не только физического, но и технологического противостояния стала Курская битва лета 1943 г. За время сражения было задействовано пехоты, машин, танков и самолётов больше чем в какой-либо другой битве за всю историю человечества. С обеих сторон зафиксировано около 2 200 000 человек личного состава, 6 177 танков, 29 100 орудий и миномётов, 4 222 самолёта.

Не только рост среднего класса и стремление удовлетворить насущные потребности людей в быту, но и мировые войны, требующие огромных расходов, стали причиной рационального отношения к ресурсам. Всё это привело к созданию таких направлений в архитектуре и дизайне, как конструктивизм, функционализм, рационализм, интернациональный стиль, в основе которых – поиск красоты в «глаголе». Поиск гармонии технической и эстетической составляющих был начат во времена промышленной революции в Англии и Франции и являлся лейтмотивом первой и последующих Всемирных выставок. В дальнейшем поиск продолжился в немецкой школе Баухаус (осн. в 1912), в советском ВХУТЕМАСе (осн. в 1920), хотя есть менее известный,

но не менее значимый ранний пример. В 1871 г. с высочайшего дозволения русского императора Александра III свои двери открыла первая в Финляндии школа ремёсел, а три года спустя, в 1874 г., было создано Финское общество ремёсел и дизайна, превратившееся впоследствии в Высшую школу искусств, дизайна и архитектуры университета Аалто. Из стен этого учебного заведения вышли наиболее значимые фигуры интернационального стиля и функционализма Элиэль Сааринен (1873–1959) и Алвар Аалто (1878–1976), а также Тапио Вирккала (1915–1985) и Кай Франк (1911–1989). Сейчас этот стиль называют скандинавским. Русский цивилизационный код развития позволил финнам во времена их нахождения в составе Российской империи иметь национальную идентичность – то, чего им не позволялось в составе Швеции. Именно поэтому благодарные финны до сих пор сохранили памятник Александру II на центральной площади Хельсинки, а улицы центра города по-прежнему сохранили написания на русском языке. Рост национального самосознания привёл к формированию национальной интеллигенции. Важное значение здесь имеет издание карело-финского поэтического эпоса «Калевала». Следствием формирования финской национальной интеллигенции и явилось Финское общество ремёсел и дизайна. Следующей важнейшей составляющей в формировании скандинавского дизайна стала деятельность основателя Аграрной партии Швеции и писательницы Эллен Кей. В своей концепции «этика через

эстетику» она утверждала, что человек, живущий в полноценной, удобной обстановке, способен познать себя и найти баланс с окружающими миром. Этот подход был выставлен в пик господствующим в начале века радикальным модернистским идеологиям национал-социализма, диктатуры пролетариата и т. д. Идеям Эллен Кей вторил премьер-министр Швеции Пер Альбин Ханссон: он объявил Швецию «Домом для народа», и этот дом, как и любой другой, должен был быть уютным. Так был выставлен общественный заказ («существительное») на гуманистический, функциональный дизайн с осознанным, бережливым подходом к ресурсам для того, чтобы можно было удовлетворить потребности максимального количества граждан, а не отдельных классов. Были выпущены обучающие журналы о том, как лучше обустроить своё жилище с эстетической точки зрения, наподобие журнала мод².

Компания «ИКЕА» была возвращена не на пустом месте и не сама по себе, а являлась результатом этих нескольких процессов. Конечно, функционализм и интернациональный стиль представлен и выдающимися представителями других стран: Вальтером Гропиусом (Германия), Ле Корбюзье (Франция), Мисом Ван Дер Роэ (Германия, США), Фрэнком Ллойдом Райтом (США), Якобусом Аудом (Нидерланды).

² В замечательной журналистской работе Владимира Познера, в многосерийном документальном фильме о странах Скандинавии «Самые. Самые. Самые», можно подробнее ознакомиться с историческими и социальными предпосылками скандинавского дизайна.

Но так называемый скандинавский дизайн, в отличие от конструктивизма Ле Корбюзье или Миса Ван дер Роэ, например, в наибольшей степени сохранил свою актуальность и прошёл испытание временем. Скандинавский дизайн сформирован в странах Северной Европы, где климатические условия менее комфортны, что послужило естественным стимулом к созданию дизайна с упором на «глагол» и «существительное», в котором «прилагательное» имеет «нейтральные», природные оттенки. У него нет выразительной этнической принадлежности (отсюда и интернациональный стиль), нет ярко выраженной гендерной и классовой идентичности. Кстати сказать, до МЛП Северная Европа вплоть до Гренландии (в переводе «Зелёная Земля») была значительно теплее. Более жёсткие климатические условия приводят к стиранию классовых границ, к сплочению, усилению среднего класса и как следствие – к функциональному, «глагольному» подходу в дизайне. Подобный «северный» менталитет в дизайне характерен в целом и для России. Основатель компании «ИКЕА» Ингвар Кампрад в своей книге «Есть идея» к числу стран, имеющих единую «ось характера», помимо скандинавских, добавил Россию, назвав также мифом утверждение о том, что в России производят товары плохого качества. Речь скорее о плохом промышленном дизайне в России. Развитие отрасли пришлось на весь XX в., а в России тем временем планомерно уничтожался средний класс и предпринимательство – необходимое условие развития дизайн-от-

расли. История, говорят, не терпит сослагательного наклонения. Но если представить, что Российская империя не исчезла бы, в 1906 г. Николай II сменил бы, как и обещал, абсолютную монархию на конституционную (буржуазная революция), то остался бы и средний класс, точнее окреп и развился. Нетрудно предположить, что «северная ось характера» и стремление к социальной справедливости, помноженные на деятельность финской школы дизайна, которая была частью империи, дали бы примерно те же результаты, что и скандинавский дизайн. Косвенным подтверждением этой мысли служит военная промышленность: самолёты, вертолёты, танки, корабли, огнестрельное оружие по своим эстетическим свойствам не только не проигрывают западным аналогам, но даже выигрывают. Как было сказано ранее, из-за войн и отсутствия среднего класса, локомотивом дизайна в России стала оборонная промышленность, а не европейский сценарий формирования «МЛП-буржуазии». Другим косвенным подтверждением может быть веб-дизайн. При прочих равных условиях Россия и Украина смогли войти в число первых в отрасли. Говоря о мировых войнах, нельзя обойти стороной и пример Германии. Она понесла ущерб, практически сопоставимый с нашим, проиграв сразу в двух мировых войнах, но в ней не уничтожился средний класс, и она смогла довольно быстро восстановиться. Не случайно именно в Германии появилась школа Баухаус, ведь Германии следовало восстановиться после Первой мировой вой-

ны. И не случайно именно в Германии сформировался классик функционального промышленного дизайна Дитер Рамс как естественный результат восстановления от последствий Второй мировой войны. Это ещё раз подтверждает мысль, что в первом порядке дизайн возник в результате МЛП. Преимущественно в Англии и Скандинавии. Во втором порядке, в виде производной, дизайн-отрасль сформирована в результате войн, что произошло в Германии и России (включая восстановления от последствий Гражданской войны и быстрого развития конструктивизма – разновидности функционализма, хотя конструктивизм активно формировался лишь до 30-х гг. по инерции русской имперской буржуазии).



Буклет с продукцией «Браун» конца 50-х – начала 60-х гг. «Браун-стиль» основан Фрицем Айхлером, продолжен и распространён Дитером Рамсом



Набор инструментов обладает прекрасными эстетическими качествами, но эстетика продиктована исключительно функционализмом.



модерн
граммофон начала XX века



постмодерн
аудиоплеер «Астелл и Керри»



интермодерн
аудиоплеер «Эппл»

Объединяя все эти тренды, вывожу понятие «*базового дизайна*». Он как чистая вода («существительное» и «глагол»), поэтому называю его также *H₂O – дизайном*. Из воды можно делать разные напитки, добавлять туда «прилагательное». Если средний класс недостаточно широк и силён, то дизайн будет развиваться по сценарию XIX в., когда разрабатываются «глагол» и «прилагательное» в некотором отрыве от «существительного», удовлетворяя потребности недостаточно широкого круга людей. Данное направление дизайна принято называть модерном и в дальнейшем – постмодерном.

Если же средний класс усиливается вследствие негативных климатических (МЛП) или политических (мировые, гражданские войны) факторов, то возникает упор на «существительное» и «глагол», то есть базовый дизайн. Я назвал его *интермодерном* с отсылкой на интернациональный стиль. Термин «интернациональный стиль» появился в 1932 году во время выставки «Современная архитектура: интернациональная выставка», организованной в 1932 г. в Музее современного искусства в Нью-Йорке (МОМА). Термин был применён к современной архитектуре и описан тремя принципами:

1. Создание пространства и объёма, а не массы.
2. Предпочтение баланса, а не симметрии.
3. Исчезновение классических декоративных элементов

орнамента.

В своей книге «Объекты желания» Адриано Форти указывает на то, что в конце XIX в. стала зарождаться мода на чистоту в интерьере. Стала господствовать мысль о том, что «чистота – залог здоровья». В общем-то «тренд чистоты» следует считать первым ростком чистого функционализма в бытовом дизайне. В первую очередь этот функционализм проявил себя в ваннных комнатах и кухнях. Мебель стали делать на ножках, чтобы было легче протирать грязь и пыль, стены стали отделывать белой кафельной плиткой, использование «пылесборников» вроде текстиля сводилось к минимуму. В распространении идей чистоты не только в своём быту, но и в быту рабочего класса была заинтересована, в первую очередь, буржуазия. Среднему классу невыгодно, чтобы работники часто болели физически и впадали в лень и в следующие за ней алкоголизм и наркоманию. Здесь работает всё тот же шведский принцип Эллен Кей «этика через эстетику». Если чистота в доме снижает риск инфекционных заболеваний, то порядок в доме снижает риск психологических отклонений и психосоматических заболеваний. Чем крепче средний класс в странах, тем сильнее будет прослеживаться тренд к порядку и чистоте в интерьере, к большему допуску солнечного света, светлых тонов, делающих видимыми грязь, и т. д. Так называемый скандинавский стиль в интерьерах основывается прежде всего на

этих принципах. Обучая своего ребёнка порядку, я шуточно вывел «три всемирных закона чистоты и порядка», которые в общем-то можно считать фундаментом функционального подхода в дизайне интерьеров.

1. Вещи должны лежать на своих местах.
2. Вещи должны лежать на своих местах аккуратно.
3. Вещи должны лежать на своих местах аккуратно и быть чистыми.

Также часто говорю ребёнку, что «порядок» и «порядочность» – суть одно и то же. Человек, у которого нет порядка и чистоплотности в личном пространстве, вероятнее всего, неупорядочен и нечистоплотен в целом. Что это, если не «этика через эстетику», о которой узнал уже позже?

Если какое-то из трёх условий порядка не выполняется, то порядок можно считать нарушенным. Как читатель уже, наверное, догадывается, большую роль в популяризации этих принципов сыграли каталоги «ИКЕА» и вообще скандинавский дизайн, который создан был как часть сценария шведской модели «дома для народа» через общественный консенсус между элитой, средним и рабочим классами. Так, интермодерн исторически проявил себя прежде всего в странах Скандинавии, а также в Германии, где стремление к чистоте и порядку является частью национального характера и косвенно говорит о наличии сильного среднего класса на протя-

жении достаточного количества времени, чтобы стать частью национального характера. Тут нельзя не вспомнить «чопорность», «пунктуальность» и «аскетизм» англичан, что тоже является проявлением стремления к порядку.

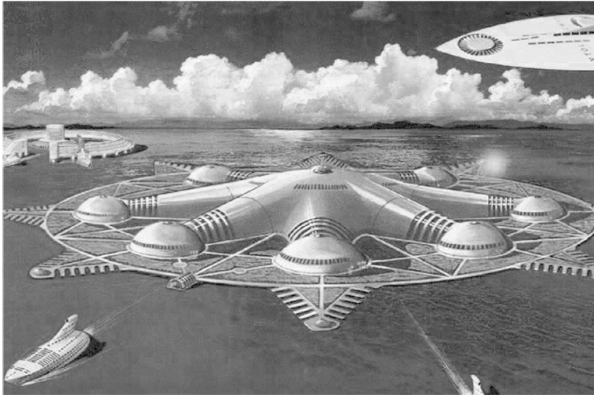


Интермодерн на примере продукции компании «Эппл». В дизайне устройств прослеживается влияние функционалиста Дитера Рамса

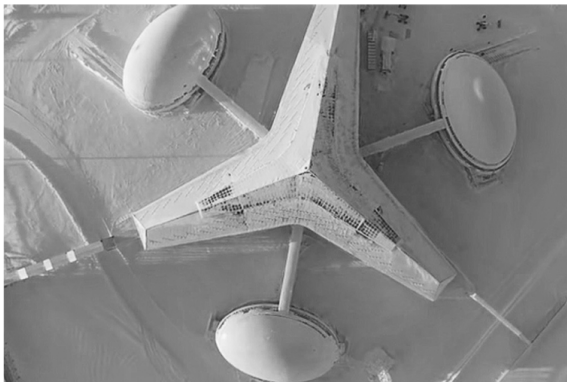
Итак, *интермодерн* – не просто стиль или течение, а часть более крупных исторических и климатических процессов, и поэтому интернациональный стиль стоит особняком от модерна как часть конкуренции наций и предмет международной конкуренции. Интермодерн – некий приз в гонке технологий, которая возникает в наиболее сильных в военно-политическом и социальном смысле странах. Кто лидирует в технологиях, у того интермодерн будет возникать есте-

ственным образом. Если США лидировали в сфере высоких технологий весь XX в., то и появление интермодернистского «Эппл» вполне ожидаемо и закономерно. Продукция «Эппл» не выполнена в каком-то стиле (его можно определить, как функциональный стиль), как и работы Дитера Раамса. «Эппл» – попросту «снятые сливки» с первых инновационных технологических решений и последующих из них продуктов. У них нет какого-либо стиля, как нет стиля у медицинских инструментов или болтов и гаек, хотя и они эстетически совершенны. Интермодерн проявляет себя как интернациональный стиль, конструктивизм, функционализм, скандинавский дизайн. Данное направление, не имея выраженной идентичности, меньше подвержено влиянию времени. Ещё одно название, которое можно было бы дать интермодерну, – «классика». Но термин, увы, имеет другие ассоциации с другими «прилагательными» вроде классического костюма или античной архитектуры. Поэтому «интермодерн» – наиболее удачный термин. Важно отметить, что речь не идёт о полном отсутствии «прилагательного», оно просто плавно вытекает из «глагола», из функциональных начал, без излишней траты материальных и временных ресурсов. **Такое прилагательное носит не эстетическую, а этическую природу.** Форма крыла самолёта и его форма, тело животных или здорового человека красиво и изящно и обладает эстетической ценностью, но их красота происходит из функциональных (этических) начал естественным обра-

зом. В шведском языке есть близкий к понятию интермодерна термин – «лагом». Термин описывает шведский характер, выработанный в условиях неблагоприятного климата как стремление к умеренности, к аскезе и нахождение в том эстетического и этического начал.

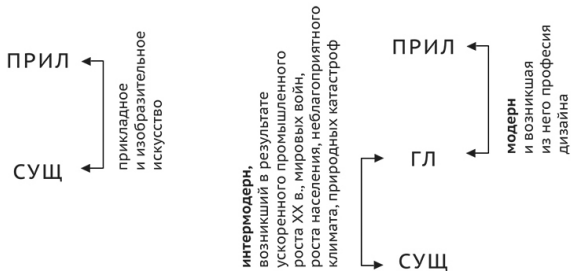


Проект плавучего города Жака Фреско. 1980-е гг.



Российская военная база в Арктике. «Арктический трилистник». Построен в 2007 году
Скриншот с телепередачи о станции «Арктический трилистник». Телеканал «Звезда»

Итак, постмодерн наступает в случае позитивного климатического и политического сценария, интермодерн – в случае негативного. В широком смысле интермодерн может возникнуть в результате любых сильных климатических изменений: как резкого похолодания, так и резкого потепления с таянием ледников и последующими наводнениями.

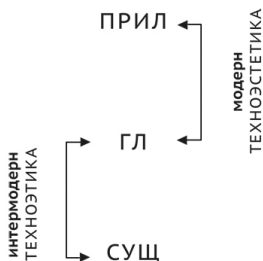


На схеме показана разница между искусством, дизайном модерна и интермодерна в парадигме «морфологического» подхода.

Примечание к схеме. Если из нашей «формулы» убрать «глагол», то конфигурация превратится в искусство. Дизайн является следствием технических и технологических изменений. Если они отсутствуют, то исчезает и дизайн как отрасль. Примечательно, что слово «прилагательное» является родственным слову «прикладное». Поэтому под прикладными искусствами понимаются искусства, «прилагающиеся» к утилитарным предметам быта.

Базовый дизайн (интермодерн) не исключает постмодерна, и наоборот. В случае позитивного климатического сценария и последующего более сильного расслоения общества разумно было бы базовый дизайн сделать первичным для внутренней политики в сфере градостроительства и промышленности, удовлетворив потребности большинства. В общем-то это происходит естественным образом в виде кон-

троля за единым архитектурным ансамблем города или такими регламентами, как «Дизайн-код Москвы», созданный в студии Артемия Лебедева. Разумно было бы отдать интермодерн под частичный государственный контроль качества, как происходит в странах Скандинавии с присваиванием хорошему продукту лейбла «шведский дизайн» и как пытались сделать при помощи ВНИИТЭ (значок стандарта качества).

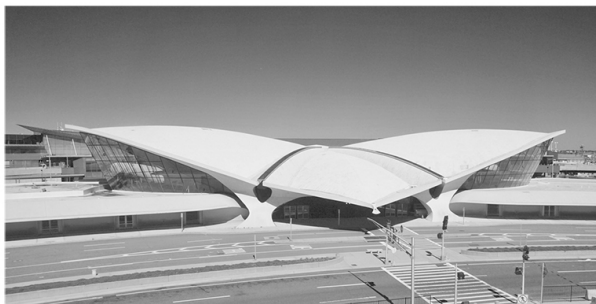


ВНИИТЭ начинался как организация модерна по образу западного промышленного дизайна, но в конечном итоге сменил вектор на этические начала дизайна и по сути превратился в «техноэтику» (функционализм), чей дизайн во многом опередил время, поскольку вдолгую этические начала всегда выигрывают

Базовый дизайн, или интермодерн, можно сравнить с простым карандашом: он является базовым и необходимым. Внешне он выглядит как цветные карандаши, но у простого карандаша иные, более утилитарные и широкие задачи; можно даже сказать, что хоть он и выглядит как цветные карандаши, скажем, как чёрный карандаш, но это разные пред-

меты с разными «существительными». Вначале мы приобрели простой графитовый карандаш, а уже потом набор цветных. Базовый дизайн утилитарен. Дизайн интермодерна для общества первичнее дизайна модерна и постмодерна. Спрос на продукцию «Эппл», скопировавшую частично или полностью функционализм Дитера Рамса, подтверждает потребность общества в интермодерне. Соблюдение баланса в количестве производимых «цветных и простых карандашей» требует частичного контроля со стороны государства, поскольку пересекается с вопросами внутренней и внешней политики государства. Считаю сравнение с карандашами удачным, поскольку дизайн интермодерна стоит особняком от любого другого вида дизайна. Это самостоятельное явление. Когда создавался, к примеру, автомат Калашникова, в последнюю очередь думали о том, как он должен выглядеть на полке оружейного магазина. Тем не менее нельзя сказать, что АК-47 плох с эстетической точки зрения. Как раз наоборот. Ещё одним ярким примером проявления интермодерна, схожего с немецким путём, является опыт Японии. Проиграв во Второй мировой войне, подвергшись массовым бомбардировкам, включая ядерные, она смогла, имея всё тот же средний класс, довольно быстро восстановиться. Японский интермодерн характеризуется продукцией таких известных брендов, как «Сони», «Муджи» и «Юникло». Часто интермодерн характеризуют как минимализм. Но это не совсем верно. Минимализм – лишь одно из проявлений интермодерна, по-

скольку в основе него лежит всё тот же функционализм, «существительно-глагольный» подход. Например, конструктор «Лего» – универсальная игрушка для детей, является образцом интермодерна, даже яркость и «разноцветность» деталей конструктора продиктована не тем, что это детская игрушка, а правилами мнемоники и зрительного восприятия. Но «Лего» нельзя охарактеризовать как пример минимализма. Более того, минимализм – надуманный стиль, где каждый может вкладывать в понятие что угодно.



Аэропорт им. Кеннеди в Нью-Йорке. Архитектор Ээро Сааринен. Открыт в 1962 г.

Для развития интермодерна в том или ином государстве недостаточно одних лишь сложных условий, нужно учитывать дух и характер народа. Здесь тоже существует конкуренция наций, и какая-то нация выживает лучше, действует слаженнее и эффективнее в неблагоприятных условиях.

Подробнее о характере наций и их развитии можно узнать из книги Гюстава Лебона «Психология народов и масс», настольной книги В. И. Ленина и прочих «архитекторов» «оранжевых» революций.



Музыкальный театр в Сиднее. Архитектор Йорн Утзон. Построен в 1973 г.

Примерно к середине XX в. интернациональный стиль (интермодерн) стал вытесняться постмодерном, точнее идти параллельно. Одним из таких примеров можно считать аэропорт им. Кеннеди в Нью-Йорке Ээро Сааринена. Скучные, функциональные здания интермодерна часто безжизненны и не напоминают природных форм. В сущности же, голодные послевоенные годы сменились более сытыми, накопился «социальный жирок», МЛП отступил еще в XIX в., а модерн и колониальная политика Запада накопили не только буржуазию и средний класс, но и класс сверхбогатых олигархов.

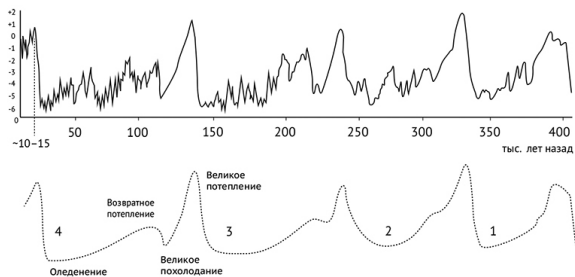
Если упрощать, то у людей появилась возможность покупать не только «простые карандаши», но и «цветные». Постмодерн характеризуется более расточительным отношением к материальным и временным ресурсам строительства зданий и промышленного дизайна, например, в автомобилестроении, поскольку стали появляться сытые заказчики. Постмодерн с подачи того же Сааринена стал приобретать очертания биотека, в духе утопий Жака Фреско. Постмодерновый биотек разросся в плеяду архитекторов, таких как Заха Хадид или Йорн Утзон.

В 80–90-х гг. в западном обществе стала популярна мысль «конца истории», начатая ещё Гегелем и распространённая философом Фрэнсисом Фукуямой. Суть её вполне логична, что резкая скорость прогресса когда-то остановится и люди вернутся к привычному укладу без резких изменений: то, как люди жили до XIV в. (до МЛП). Только наличие ядерного оружия ещё якобы приведёт и к отсутствию глобальных конфликтов. Такая мысль достаточно депрессивна, и в 90-е гг. XX в., когда развал СССР уничтожил последнюю надежду на источник прогресса в виде противостояния модерна СССР и постмодерна США, голландский философ Тимотеус Вермюлен и норвежец Робин ван ден Аккер ввели термин «метамодернизм». Суть его в культивировании антагонизма модерна как радикального идеализма, наивности и постмодерна, как нигилизма и иронии к внешнему миру внутри самого себя. Концепция предлагает «раскачивать» в се-

бе это состояние, поскольку, по всей видимости, только гегелевский антагонизм (борьба и единство противоположностей) может быть причиной движения. И только такое состояние, по мнению сторонников концепции, может двигать человечество дальше, чтобы не наступил «фукуямовский» конец истории. Что ж, концепция оригинальна, но смогут ли ей следовать все люди? Люди не склонны в массе своей помещать себя в сложные условия, если есть несложные, напротив, мы ленивы, и лень происходит из устройства мозга. Мозг человека потребляет в спокойном состоянии около 6–8 % энергии, а в состоянии мыслительной деятельности, как предлагают делать метамодернисты, до 20 %, притом сам мозг – лишь 1/50 часть тела. Это настолько огромный расход энергии, свойственный только человеку, что мозг вырабатывает гормоны, а по сути наркотики, лишь бы не напрягаться³. Есть известная русская пословица: «Пока гром не грянет, мужик не перекрестится». Если не будет резких климатических изменений и глобальных конфликтов, то развитие резко замедлится и станет таким же, как до XIV в. Останется лишь в духе антиутопии контролировать рождаемость, что уже осуществляется в Китае. Напрашивается вопрос: а действительно ли МЛП остановился? Несмотря на то что метамодернизм считается отличным от постмодернизма, в сущ-

³ Из лекций профессора С. В. Савельева об устройстве мозга. Сергей Вячеславович Савельев – российский учёный, эволюционист, палеоневролог, доктор биологических наук, профессор, заведующий лабораторией развития нервной системы Института морфологии человека РАН.

ности, это тот же постмодерн, предлагающий изменить человеческую природу. В его (метамодерна) основе нет реальных агрессивных внешних стимулов. А именно они являются, как показывает человеческая история, двигателем прогресса.



Результаты исследования керна льда со станции «Восток» в Антарктиде показывают, что за 400 тыс. лет произошло четыре оледенения с примерно равной цикличностью

Но метамодернисты могут вздохнуть с облегчением. Не придётся культивировать в себе раздвоение личности. Многие климатологи говорят, что мы входим в фазу нового ледникового периода. Исследования керна льда со станции «Восток» в Антарктиде показывают, что за последние 400 тыс. лет произошло четыре ледниковых периода (ЛП). Ледниковые периоды занимали порядка 80 % времени, а потепления – 20 %. Ледниковые периоды длились по 80–100 тысяч лет, а межледниковья (потепления) по 15–20 тысяч лет.

Учёные не пришли к единому мнению, с чем связана такая цикличность. Но больше всего мнений указывают на солнечную активность, которая приводит к развороту гольфстримовского течения, и северная часть полушария теряет существенный прирост тепла. МЛП, судя по такому графику, – лишь эпизод длинного глобального похолодания, ледникового периода. И об этом сценарии говорят вполне серьёзно и на высшем уровне западных стран. По расчётам учёных, меньше всего катаклизмам подвергнутся территории центральной Евразии, то есть России. А. И. Фурсов, доцент кафедры МГУ, член Австрийской академии наук, даже предупреждает, что в 2011 г. американским Институтом Брукинга и Лондонской высшей школы экономики заблаговременно разработана научная модель массового переселения («Проект внутреннего перемещения») из района Северной Атлантики в Северную Евразию. В исследовании приняли участие ведущие специалисты по математике и кибернетике. Созданы математические модели последствий массовых эпидемий, землетрясений и т. д. За время МЛП англосаксы научились заранее и основательно готовиться к серьёзным климатическим изменениям.



Вообще говоря, между климатологами существует два лагеря. Одни считают, что нас ждёт похолодание, другие – потепление. Но, во-первых, у «потеплистов» не так много реальной научной базы обоснования. В то время как у сторонников похолодания научных фактов больше: это и исследование керна льда, и исследование Эдвардом Маундером солнечной активности, и тот факт, что Гренландский ледник не тает, а, наоборот, растёт, и изменяющийся характер глобальных океанических течений (Гольфстрима). В любом случае даже в сценарии потепления предусмотрено таяние аркти-

ческих ледников и последующие климатические и геологические катастрофы, что тоже способствует дальнейшему ин-термодерну в борьбе за выживание. То есть с точки зрения исторического процесса и скорости его протекания неважно откуда «дует шторм». Важно, что, по многочисленным данным, он неизбежен. Даже если не наступит климатических изменений, перенаселение и массовая индустриализация предвещают нам ещё один небывалый мировой кризис уже в XXI в. – дефицит пресной воды и, как следствие, борьба за русские территории, где есть необходимый запас.

Тем не менее, глядя на график исследования керна со станции «Восток», на явный ритмический «пульс» в смене периодов похолоданий и потеплений (интергляциалов), нисходящий тренд последних 500 лет, трудно не предположить, что мы скатываемся в новую фазу глобального похолодания.

Так приходим к одной из главных мыслей: конечная цель дизайна – создание комфортного микро- и макроклимата в условиях резких негативных климатических и последующих геополитических и социальных изменений, в условиях грядущего ледникового периода или любых других неизбежных катастрофических и климатических изменений. В случае дальнейшего негативного пути выжившее человечество пойдёт по пути ин-термодерна. Сейчас это видно в образцах скандинавской урбанизации, прежде всего на примере Финляндии, Швеции (до недавнего времени), Исландии и Норвегии, где сильна

общность и сведены к минимуму межклассовые различия, в условиях скудных природных ресурсов и не очень благоприятного климата. Если накопится достаточное количество технологий, знаний, ресурсов и пр., то интермодерн трансформируется в постмодерн, а точнее в *постинтермодерн*

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.