

ЛЕКЦИИ ПО ИСТОРИИ ДИЗАЙНА

УДК 73/76.03+72.04.03

ББК 30.18(0)6я73

В 37

Вершинин Г.В. Лекции по истории дизайна [Электронный ресурс] : Институт дизайна (Тюменский филиал УралГАХА). – Тюмень, 2005 – 2007 / Редактор Н.П. Дементьева. – Тюмень, 2018.

Публикация представляет текст лекций, прочитанных в 2005 – 2007 гг. в Институте дизайна (Тюменский филиал УралГАХА). В них рассмотрены ключевые явления мирового и отечественного дизайна, повлиявшие на его развитие. В 2015 г. текст был отредактирован и подготовлен к печати. Дизайн разрабатывался Н.П. Пискулиным: издание планировалось продолжением первой книги – «Иллюстрированной хрестоматии по дизайну» (2005). В 2018 г. текст лекций частично поправлен. Лекции «История и теория дизайна» сегодня читаются на Факультете архитектуры, дизайна и визуальных искусств в ином формате, но основная фактическая и теоретическая начинка мало изменилась.

Число иллюстраций ограничено, большая часть их широко представлена в интернете и легко доступна. Изучающим дизайн можно порекомендовать также 8 лекций, прочитанных автором в апреле-мае в Тюменском музейно-просветительском объединении и широко проиллюстрированных (ссылки после библиографического списка).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие. О дизайне и не только	3
Что такое дизайн	6
Третья культура	9
О дизайне на родине дизайна	14
Как дизайнеры делают дизайн (английский вариант)	15
чем дизайн отличается от других видов деятельности?	15
как дизайнеры делают дизайн?	16
как организации используют дизайнеров?	17
тройная базовая линия (thetriplebottomline)	17
как это влияет на дизайнеров?	17
Венские стулья	18
Хрустальный дворец	19
Уильям Моррис	20
Модерн и дизайн	26
Дизайн 1910-х гг. Веркбунд	27
Петер Беренс и АЕГ	32
Баухауз	36
О проектной методике и практике Баухауза	39
Баухауз: «Искусство и техника – новое единство»	52
Мастера Баухауза	55
Язык новых форм	64
Советский дизайн в 1920-е гг. ВХУТЕМАС	70
Александр Михайлович Родченко	88
Владимир Евграфович Татлин	91
Казимир Северинович Малевич	99
Лазарь Маркович Лисицкий	101
Дизайн США	109

Джордж Нельсон. О дизайне	123
Джонатан Айв и Эппл	133
Дизайн Италии	140
Оливетти и круг дизайнеров фирмы	147
Джо Понти и журнал Domus	144
Марио Беллини	163
Этторе Соттсасс	166
Концептуальный дизайн и радикальное проектирование конца 1960-х – начала 1980-х гг.	175
Советский индустриальный дизайн	186
Возрождение графического дизайна: 1960-е гг. Журнал РТ	200
Об инфраструктуре советского дизайна	209
О методиках проектного творчества	215
«Сенеж»	216
Дизайн Японии	233
Концептуальный дизайн в СССР. 1970-е – 1980-е гг.	247
Дизайн и метафоры	252
Биоинъектор	254
Хай-тек	261
Финский дизайн. Алвар Аалто	264
Новый немецкий дизайн. Макс Билл. Ульм	274
Браун и браунстиль	282
Немецкий дизайн последней трети XX в. Хартмут Эсслингер	290
Инго Маурер	294
Эволюция функционализма и проектных методов	296
Методы проектного творчества	300
Дизайн и общество. Специфика дизайна 1990-х – 2010-х г.	303
Российский графический дизайн	307
О тюменской школе искусств и дизайна. 1974 – 2014 гг.	317
Дизайн как текст. Смысл дизайнерских текстов	329
Информация о дизайне (выборка)	336

*Не стоит обожествлять интеллект.
У него есть могучие мускулы, но нет лица*
Альберт Эйнштейн

ПРЕДИСЛОВИЕ. О ДИЗАЙНЕ И НЕ ТОЛЬКО

В основе этой книги – лекции, читавшиеся в Тюменском колледже искусств и Институте дизайна в 2000-е гг. Во второй половине XX в. в СССР дисциплина называлась «Основы художественного конструирования» («Теория художественного конструирования»), записано в моём дипломе, курс читал В.Р. Аронов). «Техническая эстетика», даже «История дизайна, науки и техники», – так придумывали составители образовательного стандарта 1990-х. Дизайн действительно связан с наукой и техникой, хотя он не только наука и техника, и даже чаще совсем не наука и техника. Он прочно связан с техникой и технологиями. Итальянский дизайнер **Марио Беллини** даже как-то определил итальянский дизайн как *«всею лишь новые материалы и новые технологии»*. Но в своём развитии дизайн превратился в проектную культуру и даже в **проектную цивилизацию**.

На рубеже XX в. насчитывалось около пятидесяти видов дизайнерских жанров, среди которых многие были альтернативными и технике, и науке, но важными для развития профессии, помимо «промышленного дизайна – «станового хребта профессии», стали арт-дизайн, радикальный дизайн 1960-х гг., концептуальное проектирование, экспо-дизайн, дизайн костюма и графический (коммуникативный) дизайн. Коммуникативные жанры, эксподизайн гораздо больше зависят от человека, культурных или идеологических соображений. С наукой и техникой связаны несколько сфер дизайна, преимущественно промышленный (индустриальный) дизайн, тиражные предметы («продакт-дизайн»), проектирование одежды, медиадизайн.

Чего до сих пор ни услышишь, – каких только диковинных суждений и трактовок дизайна! Версии касаются времени возникновения и природы дизайна, его взаимоотношений с искусствами или предпринимательством. Да и реальность различна. Есть науки о дизайне – история дизайна, теория дизайна, философия дизайна, методология проектной деятельности – иногда внятные, глубокие и живые дисциплины, особенно в случаях, когда попадают в руки ярких, грамотных, мыслящих и свободных людей.

Дизайн относительно новый предмет. Если не лукавить и не искать его во всем и всегда, – он сформировался во второй половине XIX в., представления о нём ещё не устоялись и можно предположить, будут меняться и дальше. Но ведь и большинству гуманитарных наук исполнилось немногим больше ста лет.

Мы сосредоточимся на истории, практике дизайна и его опытах. Некоторые факты кажутся сегодня уже малоинтересными, они целиком в прошлом. Но нет ничего более непредсказуемого, чем то, что считается «прошлым». Мир развивается, возвращаясь время от времени к тому, что ещё недавно мнилось замшелым, неперспективным. Меняются ценности, вкусы и предпочтения. То, что может показаться неприемлемым, спустя время откроется как наимоднейшее и увлекательное. Непредсказуемо для знатоков и менторов появляются **Дэвид Карсон, Невил Броуди, Владимир Татлин и Александр Родченко, Этторе Соттсасс или Инге Маурер**, переворачивающие способы мышления.

В дизайне за 150 лет перевороты случались не раз, как и в жизни общества. Два знатока (Г. Дуглас и Д. Шервуд) уверяют, что дизайн – это не только делание вещей. Но и процесс интуитивного познания мира, способ обзора, *«сопоставления, сравнения и классификации»*, процесс *«метафорического понимания»* вещей и явлений». А сам дизайн — *«искусство чтения мира материальных благ и образного перевода с языка конкретных предметов на язык абстрактных требований посредством кодов»*, при котором *«предметы массового потребления предназначены не только для того, чтобы их есть,*

носить и с их помощью находить себе прибежище», так как они являются «предметами для мышления», «бессловесными медиумами человеческой творческой способности» [В.Ф. Сидоренко. Дизайн как общеобразовательная дисциплина / Иллюстрированная хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 1011 – 1012; то же: В сб. Эстетика проектного творчества. – М.: ВНИИТЭ, 2007, с. 129]

Писать и читать мир на языке предметов – относительно свежий взгляд на дизайн. Писать и читать интереснее, чем бездумно засорять мир «скоропортящимися» предметами.

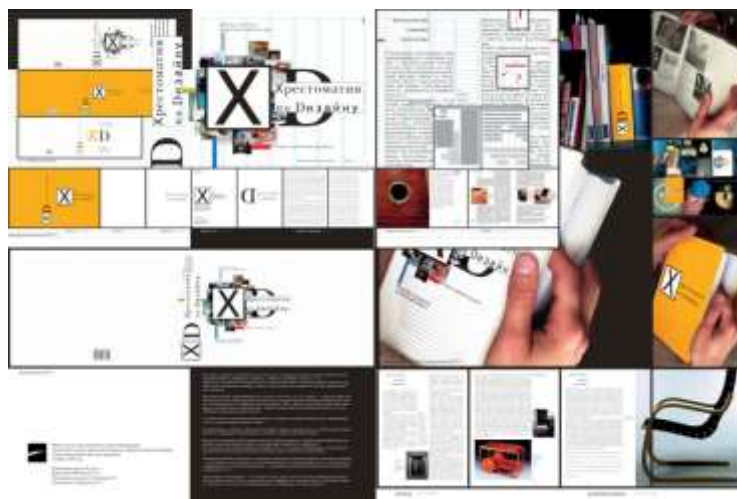
Человечество наступает на грабли, не замечая опыта, который через время оказывается самым важным. Средние века считались страшным временем, а для художников-романтиков средневековье выше эпохи Возрождения: духовными откровениями, культурой пластики и цвета, прорывами в неведомое. Средние века – один из самых ярких и прорывных периодов, сохранивший (на Востоке) и приумноживший наследие античности. В сравнении с какой-нибудь капеллой **Сен-Шапель**, явившейся как бы ниоткуда, великая эпоха Возрождения кажется тяжеловесной и приземлённой. Но надо было, чтобы романтики начала XIX в. увлеклись «Средними» веками, а их интерес отозвался в искусстве эпохи модерна, чтобы **Макс Дворжак** написал свои вдохновенные «Очерки по искусству средневековья», открыв нам искусство и дух средневековья как один из высочайших взлетов культуры и духа...

История дизайна важна нам как история яркого человеческого опыта, поставившего задачей переосмыслить и перелепить всю материальную культуру, перестроить отношения человека с вещами. И даже с самим собой. Именно изнутри дизайна возникают тренды и модели, опыты и реформы, которые массовые люди принимают за чудесное новое слово, а для дизайнеров это неизбежный итог исследований, размышлений об окружающем мире, культуре, деньгах и ценностях, о подлинных интересах человека в материальном мире – обо всём, что диктуется глубинными потребностями человечества.

Интересны даже ошибки. В одном из писем матери **Александр Блок** писал, что в полётах людей, даже неудачных, есть что-то древнее и сужденное человечеству, следовательно, высокое.

Хотя дизайну всего чуть более 150 лет (точка зрения, что дизайн был всегда, имеет широкое хождение), он накопил колоссальный массив неслучайных идей, теорий, концепций, вещей, ошибок, ситуаций, без которых реальная жизнь сегодня уже невозможна, иначе будет упираться в тупики, выход из которых вообще-то давно известен.

Мы будем касаться науки и техники лишь в той мере, в какой они пересекаются с историей идей. Сама по себе история науки и техники интересна, особенно когда о ней говорит увлеченный и знающий человек. А в некоторых устах всё неинтересно...



Дизайнер Евгений Мелентьев, дипломный проект «Института дизайна», 2004 г.
Рук. Н.П. Пискулин. Книга напечатана в 2005 г. (1056 с., 872 ил.). Тираж 2000 экз.

В «Хрестоматии по дизайну» есть таблица открытий человечества в эпоху новейшей цивилизации (с XIX в.) Загляните – в таблице много неожиданно интересного. Она перепечатана нами из немецкого курса дизайна. Изобретения компакт-диска или компьютера повлияли на всех. А этим изобретениям всего-то 30 лет. В 1990-х гг. появились CD и DVD, первые устройства записи стоили ок. \$5000. Но уже через 10 лет CD-Room стал прошлой технологией. Но и технология Blu-ray, разработанная в 2000 г. и запущенная в коммерческий путь в 2006 г., в 2013 г. готовится к выходу и замене твердотельными носителями, облачными технологиями. То ли дело граммофон или плёночный кинематограф! Последний родился в 1895 г., и только в последние годы дрогнул перед цифрой (впрочем, плёнка остается лучшим носителем – наиболее надежным, качественным и относительно долговечным, она способна хранить информацию 100 лет).

Персональный компьютер начал входить в жизнь людей на рубеже 1990-х гг. Истинно массовым он стал в к. 1990-х гг. Компьютеры ещё в самом начале своего каменного века и развиваются довольно быстро: большее быстродействие, меньше размеры. С микрокомпьютером сегодня можно купить даже фильтр для воды или мусорное ведро. А теперь представьте, как компьютер изменит нашу жизнь: информацию, контакты, быт, принятие решений, прогнозирование! Ещё только на подходе квантовые компьютеры, квантовые коммуникации – совсем другой тип компьютерного мышления, который революционизирует исследования: сколько радикальных исторических, научных и технических изобретений и открытий они сулят! К сожалению, компьютер упрощает наши мозги: не совершенствуется память, мышление становится узким и гипотактичным, не развивается мелкая моторика и мозг, людям трудно вмещать в головы большие и сложные явления, взамен – короткие пошаговые действия. Какие уж тут неистовые прорывы, творческие откровения и глобальные перемены!

Но дизайн определялся с конца XIX в. культурными устремлениями больше, чем техническим прогрессом. Он – своего рода подушка безопасности, посредник между техникой, миром и человеком. В первую очередь – между человеком и природой, человеком и материальным миром.

Если бы мы попробовали отсортировать разные определения дизайна, то нашли много точных, ёмких, часто метафоричных определений, и многие из них справедливы. Например, японский дизайнер **Ясутака Соге** говорит, что дизайн — это всего лишь *«простота, чистота, красота»*. Патриарх японского дизайна **Кендзи Экуан** заявлял, что дизайн – это своего рода пропеллер, тремя лопастями которого являются 1) научные исследования, 2) движение к человеку, 3) отражение процессов, происходящих в обществе (коллективное сознание). Экуан уверен, что через дизайн *«люди выражают свои чаяния, представления о мире, своё чувство красоты»* [Кендзи Экуан. Организация дизайна в Японии; в сб.: Дизайн. Документы-3. Архитектура. Дизайн. Искусство. – Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003, с. 10], а ещё: *«в отношении к вещам – духовность нации»*, и ещё: *«дизайнер – адвокат общества»*.

Суждения о дизайне разные. Не исключено, что все имеют право на существование, если допустить, что дизайн – это **культура**, тип мышления, способ отношения к действительности. Значит, у дизайна множество функций, обязанностей и ролей. Важно не попасть под одно представление и не размазаться по бесчисленным версиям. Поэтому большое значение имеет «насмотренность», «начитанность» и прежде всего – осмысление фактов и процессов.

В России издается около 50 журналов, связанных с дизайном, по большей части рекламно-коммерческих. Много интернет-ресурсов. Например, http://www.sreda-design.ru/designers_names1.htm или наш тюменский <http://art-design.tyumen.ru/>, содержащий региональную хронику, факты и большое число ссылок. Почти у всех дизайнеров, даже начинающих, есть свои ресурсы. Почти о любом мастере можно получить информацию «из

первоисточника», например, о таких классиках как Этторе Соттсасс <http://www.sottsass.it/>, или Акиле Кастильоне <http://www.achillecastiglioni.it/>.

Если внимательно отфильтровать мусор, можно выйти на достойные профессиональные ресурсы предприятий, например, ресурс фирмы **Вольф Олинс**: <http://www.wolffolins.com/> или финской фирмы **Гюльстен-Инкинен**: <http://www.gullsten-inkinen.com/>, сайт остроумной швейцарской мебели: <http://www.teambywellis.com/>, или знаменитой фирмы аудио-видео-техники **Бэнг энд Олуфсен**: <http://www.bang-olufsen.com/en> и т. д.

В дизайне есть своя предметная классика, разработки, которые запоминаются надолго и остаются актуальными через много лет после создания. Но наша задача – не только их запомнить, это полезно для «насмотренности», но и проанализировать: что они значили для своего времени и их создателей и что значат для нас; в чем феномен нестареющих разработок и почему большинство идей и решений скоротечны? Есть вечные проблемы: как связана форма и назначение в дизайне? Как на проект влияют технологии или общественные запросы? Какие следы оставляет время, культура на «теле дизайна»?

Рассмотреть – проанализировать – понять дизайнерские «вещи», каковы они «в себе», то есть по сути; что значат в системе других вещей, более того – явлений жизни, природы, цивилизации, культуры: это обычная проблематика всех, работающих в дизайне. Но и его «потребителей». Дизайн – системный предмет, заключающий в себе взаимосвязанные явления, специализации, дисциплины и вопросы. На них мало ответов.

Замечу, что России присуща традиционная – визуальная культура, её без иронии можно назвать провинциальной. Для россиян важно *рассмотреть*. А для человека англо-саксонской культуры важнее *расслышать, понять*, выстроить логическую цепочку и некое правило, теорию. Как писал очень давно **П.Я. Чаадаев**, «западный силлогизм нам чужд» (1830 г.) Это суждение применимо для массовой культуры и сегодня. Англо-саксонские архитекторы и дизайнеры читают, пишут, проблематизируют проектные ситуации; большие англо-саксонские дизайнеры и архитекторы – мыслители, теоретики, следующие за идеями. К примеру, в 1966 г. архитектор **Роберт Вентури** написал книгу «Сложность и противоречия в архитектуре», ее прочитали – и появился постмодерн.

Но здесь в России мы осознаем постмодерн, как и любое другое явление, не через теории, а разглядывая фотографий. Через визуальный опыт, аналоги и каноны.

К сожалению или к счастью – такова наша культурная особенность: мы предпочитаем смотреть, видеть, по крайней мере, доверять лишь тому, что сами увидели и сами поняли (почти по Микеланджело: «некрепко любим то, что плохо зримо»). Нам важны отзвук в душе и настроение, интонации, собственное отношение к людям, вещам, явлениям и процессам. У нас «кинестетичное» и визуальное восприятие, и каждый человек – сам себе указ, почему трудно согласиться с утверждениями, что Россия – страна смиренных, покорных «рабов». Рационализм и аудиальность, рассудок нам не близки. Но для практики дизайна – детища протестантской культуры, а также цивилизации, в которой мы живём, важны мотивация, обоснование, размышление, анализ и расклад сложного на простые составляющие, чтобы систематизировать, моделировать абстрактные процессы и вещи, которые пока ещё нельзя увидеть и рассмотреть. В этом сверхзадача нашего курса – развить понимание проектной культуры, увидеть значение аналитических навыков, системного и последовательного проектно-дизайнерского мышления, проблематизации как основы проектирования. Чем больше вещей, авторов, теоретических концепций мы узнаем, поймем, усвоим, тем лучше для нашего собственного движения в профессии.

ЧТО ТАКОЕ ДИЗАЙН

Слово «дизайн» пришло из английского языка, в который, вероятно забрело из итальянского: «дисеньо» (disegno, то есть изображение, картина, иллюстрация, узор;

чертеж, конструкция, образец). Design переводится чаще как «проект». Первые импульсы к формированию этого явления, тогда понимавшегося как **художественное ремесло**, были сделаны в Англии, где возникло «движение искусств и ремёсел». Это был практический и теоретический протодизайн. Он понимался как возвращение ремёсел к красоте, искусствам, природе в контексте социальных задач. Термин «художественное ремесло» наиболее точно отражает не теорию – способ мышления и круг создаваемых вещей (подробнее – см. *Уильям Моррис, с. 20*)

Английский **design** – это, как теперь говорят, «ни о чём», слишком много значений слова: проект, предназначение, цель, идея, намерение, предположение, изображение, план, чертёж, умысел, расчёт, эскиз, рисунок и др. Потому в разговоре слово «design» не всегда означает «проектирование» или «дизайн». Ближайший русский синоним – **«проект»**.

В Америке в 1930-е гг. появился термин **«стайлинг» – «styling»**. Производные понятия от корня style также имеют много смыслов: «род, сорт, тип»; «стиль», «манера, изящество, вкус, блеск»; «проектирование», «модернизация», «конструирование», «введение в моду». Буквально: **«оформление»**, а также «стилизация», отделка. Слова, производные от американского style, чаще относятся к внешнему виду, моде, одежде, парикмахерскому искусству. Этаким «клиентский» смысл слова «стилист» отражает то, что за этим словом часто понимается как бы «внешний дизайн» или внешний вид. Произошла эта подмена понятий «дизайн» и «стилистика» в 1990-х гг. – с началом глобализации, которая преимущественно означала американизацию мира.

Во всем мире теперь более всего употребляемо слово «design» (проект). В **Яндексе** 184 млн ссылок на это слово, 750 млн картинок. **Гугл** дает 102 млн ссылок на русское слово «дизайн», на английский термин «design» – 4 млрд 380 млн ссылок, 817 млн ссылок на понятие «design pictures», и «всего» 145 млн ссылок на слово «styling».

В Германии, второй по хронологии стране формирования дизайна распространён термин **Gestaltung (Formgestaltung)** – «оформление, отделка», «формообразование», но и – «организация». Эти понятия происходят от Gestalt – «образ, форма, вид, внешность». То есть немецкий «гештальт» связан с «образом» и ближе по смыслу и к «оформлению», но и к «формообразованию». Сейчас чаще всего и немцы англицизмом «design». Найти точное слово для дизайна – нового типа художественно-творческой деятельности оказалось непросто. В 1978 г. выяснилось, что дизайн – ещё и новый тип культуры – **«третья культура»**, наряду с наукой и искусством (об этом – ниже).

Были попытки обозвать дизайн и **«художественной промышленностью»**, **«производственным искусством»**. Во второй половине XX в. распространились термины **«техническая эстетика»**, **«художественное конструирование»**, позже – **«художественное проектирование»**.

В 1960-е – 1970-е гг. наши практики и теоретики, например, **Е.А. Розенблюм**, внутри дизайна выделили два вида явлений:

- художественное конструирование,
- художественное проектирование.

Подразумевалось, что «художественное конструирование» или «техническая эстетика» – это проектирование машин, механизмов, станков, автомобилей, мебели, оборудования, иначе – промышленный или индустриальный дизайн, сегодня для его обозначения используют англицизм «product-design» – «продакт-дизайн».

Под «художественным проектированием» подразумевалось создание выставок, уникальных объектов; «артистические» единичные художественные продукты, больше относящиеся к искусству; уличные объекты-символы, эксподизайн, театральная сценография и мода. Синонимом «художественного проектирования» является «арт-дизайн». И если художественное конструирование подразумевает работу над серийными образцами, то арт-дизайн – создание уникальных, авторских вещей.

Впервые в нашем отечестве термин «дизайн» начинает использоваться в 1970-е гг., но его широкому распространению препятствовало «буржуазное» происхождение слова. Ю.Б. Соловьев утверждает, что с 1987 г. термин получил права гражданства с его помощью и благодаря возникшему в 1989 г. Союзу дизайнеров СССР, который легализовал термин своим названием. В начале 1990-х гг. президент Союза дизайнеров России Ю.В. Назаров внёс слово «дизайн» в классификатор образовательных программ Министерства культуры. С этого времени слово «дизайн» становится основным для определения проектирования. Забавно: выпускник Тюменского колледжа пришёл в 1993 г. на работу в большую национальную компанию, в отделе кадров обрадовались: наконец пришёл дизайнер, а то всё художники-оформители. Термин теперь повсеместно используется в словосочетаниях «архитектурный дизайн», «инженерный дизайн», «текстильный дизайн» и т.д.

Внутри дизайна как проектирования вещей насчитывают множество жанров или видов. С понятиями до сих пор путаница. Например, что такое графический дизайн? Он отличается чем-то от «коммуникативного дизайна»? И что из них часть чего? Чем отличается «программный дизайн» от «концептуального дизайна»? Мы коснёмся этого позже. Так или иначе, термин «дизайн» устоялся, он имеет множество смыслов и оттенков. Языковые реалии регулируются сами, но медленно.

Распространенная точка зрения, что дизайн был всегда в той или иной форме, так считали А.А. Дорогов, Н.В. Воронов и другие.

В.Ф. Сидоренко отстаивает, в том числе, выступая в 1998 г. перед студентами Тюменского колледжа искусств, идею дизайна как **проектной культуры**, складывавшейся, начиная с эпохи Возрождения [В сб.: Дизайн. Документы - 1 / Реальный дизайн: Материалы IV Межрегионального фестиваля дизайна. – Тюмень: Тюменский дизайн-центр, 2001. – 128 с.]

По его идее, до Возрождения мировая художественная культура эволюционировала медленно, опиралась на традиции, была «канон-культурой». Искусство и культура к традиции понемногу добавляли новый опыт, не было резких скачков. С эпохи Возрождения началась **проектная цивилизация**. «Проект» – это не просто улучшение, а создание нового. Не только «добавление» к существующему» или «перекомпоновка» – создание принципиально нового.

Легко ли создавать новое? Например, телевизор существует много лет, но до сих пор общение человека с ним не до конца приспособлено к нему, хотя форма и функции заметно меняются: сравните первые ящики с крохотными экранами-иконками и увеличивающими линзами вроде КВН-49, и сегодняшние плоские LED-пластинки. Проектная цивилизация складывалась в XV – XVI вв. в результате сближения искусств с наукой. Один из знаменитых примеров – купол собора Санта Мария дель Фьоре: до этой работы не только автор – **Филиппо Брунеллески**, но и его современники не владели технологией возведения таких грандиозных конструкций (не стрельчатых). Они были изобретены заново. Пример прорывных инноваций – бесчисленные изобретения **Леонардо да Винчи**, подошедшего к открытию прототипов многих современных аппаратов, придумавшего их устройство и форму. Каноны не всегда работают, а усложнение цивилизации требует новых методов и решений. Напомню, что в каждом человеке заложены видовые и родовые наклонности – одни означают потребность в расширении опыта, другие – в его сохранении. Канон-культура накапливала и оберегала опыт, а проектная цивилизация нацелена на его расширение и изобретение нового.

Темпы развития человеческого мира «в разносе»: скорость развития увеличилась в 80 – 100 раз, осмыслить новый опыт мы не успеваем. Такова цивилизация, являющаяся, по словам Х. Ортеги-и-Гассета *«жгучей проблемой»*. Развитие проектной цивилизации привело к появлению в начале XX века дизайна в нашем сегодняшнем смысле, он – дитя проектной цивилизации.

ТРЕТЬЯ КУЛЬТУРА

Известная дизайнерская школа – лондонский Королевский колледж искусств (упоминается и в художественной литературе как знак элитарности). Фактически колледж – дизайнерская аспирантура, вернее, магистратура и поствузовское образование. В нём существовал отдел исследований. В к. 1970-х гг. отдел исследований и его руководитель **Брюс Арчер** изучали искусство, науку и технику, дизайн в сравнении друг с другом и подготовили публикацию **«Третья культура»**, в которой определили дизайн как *«третью культуру»*.

Первая культура – научно-техническая.

Вторая культура – гуманитарная (искусство).

Третья культура – **Дизайн**, который предложено было писать с большой буквы, чтобы отличить его от «дизайна» как проектирования отдельных предметов. Дизайн (третья культура) – это способ нового широкого проблемного творческого мышления. Цель его – переосмыслить всё, созданное человечеством, и на основе особых подходов создать новое, оптимально соответствующее потребностям человека и человечества.

Брюс Арчер и его коллеги дали исчерпывающе глубокое, ценное определение дизайна: **«совокупный опыт материальной культуры и совокупный массив знаний, навыков и ценностей, воплощенный в искусстве планирования, изобретения, формообразования и исполнения»**. [В.Ф. Сидоренко. Дизайн как общеобразовательная дисциплина / Хрестоматия по дизайну, с. 1000 – 1001, ниже информация об этом исследовании дается без ссылок на статью В.Ф. Сидоренко].

Обратите внимание, в определении дизайна говорится не просто «планирование», «формообразование», а – **«искусство планирования, формообразования...»**. Искусство является высшей формой творческой деятельности, в которой мысли, чувства, опыт человека интегрированы в неразрывной форме, в том числе в образной. Всё, что воплощается в высшем качестве – неважно, идея, теория, формула или модель, мы часто оцениваем в категориях искусства. Наверное, любой практик подтвердит, что «искусство воплощения» – самый сложный сегмент «проектных искусств». К примеру, американский архитектор **Фрэнк Ллойд Райт** спроектировал в 1930-е гг. здание компании **Джонсон**, каркас которого создавали бетонные грибообразные формы. Возведение здания было признано практиками конструирования невозможным. Райту удалось осуществить проект, преодолев критику и скепсис, вопреки тогдашнему опыту расчетов конструкций. Чего это стоило – описано в литературе. Тем не менее, Райт оказался прав. Он создал новый тип офиса, новую форму пространства и тип конструкций, по сути, перенес на архитектуру образ юбилейного пирога со свечками. И оказался прав.

Возвращаясь к статье В.Ф. Сидоренко, отметим несколько ценных идей, приводим их:

- **«основная задача дизайна – концептуализация и воплощение новых предметных форм»;**
- **дизайн обращен к материальной культуре и использует в качестве метода искусство планирования, изобретения, формообразования и исполнения;**
- **инструментарием дизайна является язык моделирования, эквивалентный языку науки и гуманитарному языку;**
- **дизайн имеет свои собственные предметы, способы и методы репрезентации».**

Надо заметить, что мы можем понять, определить любое явление, если дадим себе отчет о том, что лежит в его основе, то есть определим **предмет, методы, ценности**.

Вот какие дефиниции даются в исследовании Брюса Арчера:

«Предметом изучения в каждой из обозначенных культур является:

– **в науке – природный мир;**

– **в гуманитарной сфере – человеческий опыт;**

– в дизайне – мир, созданный человеком.

Методы этих культур:

– в науке – контрольный эксперимент, классификация, анализ;

– в гуманитарной сфере – аналогия, метафора, критика, оценка;

– в дизайне – моделирование, создание образцов, синтезирование.

Ценности каждой из культур:

– в науке – объективность, рациональность, нейтралитет и заинтересованность в истине;

– в гуманитарной сфере – субъективность, воображение, суждение и заинтересованность в справедливости;

– в дизайне – практичность, изобретательность, выразительность и заинтересованность в соответствии назначению».

Далее Сидоренко замечает: «В большинстве случаев легче осуществить противопоставление науки и гуманитарной области (объективность – субъективность, эксперимент – аналогия), чем идентифицировать соответствующие компоненты в дизайне. Возможно, это обстоятельство больше свидетельствует о бедности языка «третьей культуры», нежели о том, что она не имеет права на существование. Во всяком случае, мы гораздо чаще сталкиваемся с необходимостью артикулировать смысл того, что значит «дизайнерский», чем с необходимостью объяснять, что значит «научный» или «художественный».

Приведем большой, но методологически важный фрагмент из материала В.Ф. Сидоренко. (Владимир Филиппович – один из основных «провозвестников» и теоретиков «проектной культуры», главного феномена нашей цивилизации, которой посвящена не одна его работа, в том числе в сборнике «Дизайн. Документы-1»).

Цитируем главу «Дизайнерские методы познания»: «Существуют особые, дизайнерские пути познания, отличные от более известных – научных и гуманитарных, но предупреждают, что нельзя превращать дизайн в свалку для того, что упустили из виду наука и гуманитарная сфера. Дизайн должен иметь свою собственную, внутреннюю ценность, подобно науке и гуманитарной сфере, и эта ценность должна быть упрочена в поддающихся сравнению образовательных понятиях.

Существует ли специфика дизайнерской деятельности, отделившейся от научной и гуманитарной? В исследованиях по этому вопросу английского ученого Ловсона сравниваются, в частности, стратегии решения задач в дизайне и в науке. Автор придумал проблему, требующую компоновки 30 цветных блоков так, чтобы были удовлетворены определенные правила (некоторые из них не обнаруживались с самого начала), и предложил эту проблему аспирантам дизайнерских и научных институтов. Обе группы решали её, прибегнув к разным стратегиям. Аспиранты-учёные в целом приняли стратегию систематического исследования возможных комбинаций блоков, с тем, чтобы найти фундаментальное правило, которое позволит создать требуемую комбинацию. Аспиранты-дизайнеры склонялись к тому, чтобы предложить серию решений и, постепенно отвергая многие из них, найти то, которое отвечало бы предъявленным требованиям.

Существенная разница между этими двумя стратегиями, комментирует Ловсон, состоит в том, что в то время как аспиранты-учёные концентрируют внимание на обнаружении **правила**, аспиранты-дизайнеры одержимы идеей получить желаемый **результат**.

Первые приняли в целом стратегию, сконцентрированную вокруг проблемы, вторые – стратегию, сконцентрированную вокруг решения. Хотя подход дизайнеров может быть использован без того, чтобы исследовать полный ряд приемлемых решений, в действительности он открыл и кое-что относительно правила, управляющего допустимой комбинацией блоков. Другими словами, изучение природы проблемы было для

дизайнеров результатом поисков решения, тогда как ученые ставили своей целью именно изучение самой природы проблемы. Эти эксперименты показывают, что учёные решают проблему с помощью аналитических методов, а дизайнеры – с помощью методов синтетических.

Ловсон повторил эксперимент со студентами дизайнерского вуза первого года обучения и учащимися 6-х классов обычной школы и обнаружил, что они не различаются по стратегии решения проблемы на «дизайнеров» и «недизайнеров», – эксперимент не показал существенной разницы между ними. Это обстоятельство заставляет предположить, что дизайнеры научаются применять свою стратегию (сфокусированную вокруг решения), вероятно, в результате того образования, которое они получают.

Спецификой дизайна, таким образом, является расчёт на возможно быстрое отыскание удовлетворительного решения, а не на длительный анализ проблемы. Можно сказать, что это скорее процесс «удовлетворения», нежели «оптимизации», это попытка создать ряд удовлетворительных решений, а не одно – гипотетически оптимальное. Той же стратегии придерживались профессионалы, усвоившие нормы дизайнерского поведения, – архитекторы, специалисты по городскому дизайну, инженеры.

Изложенное о методах дизайнерского познания свидетельствует о специфической сущности задач и проблем, которые должны быть решены дизайнером. **Дизайнер стремится дать практический результат в пределах определённого временного промежутка, тогда как учёный или гуманитарий могут, и часто именно это от них и ожидается, откладывать свои суждения и решения до тех пор, пока не накопится больше данных, и почти всегда приходят к «обоснованному выводу», что «требуются дальнейшие исследования».**

Широко признано, что **проблемы, с которыми имеет дело дизайнер, являются плохо сформулированными, плохо структурированными и вообще «ущербными».** Это совсем не те загадки, которые ставят перед собой для отгадывания учёные, математики и гуманитарии. Это также не те проблемы, для решения которых имеется в наличии вся необходимая информация или есть надежда на её получение. Поэтому проблемы этого типа не поддаются исчерпывающему анализу, и нельзя гарантировать, что для них могут быть найдены «оптимальные решения». В таком контексте стратегия, сосредоточенная на решении, конечно, предпочтительнее стратегии, сосредоточенной на проблеме. Только в терминах предполагаемого решения проблема может быть заключена в поддающиеся контролю пределы. **Дизайнер, следовательно, стремится отыскать первичную модель-идею, которая позволит обозначить пределы проблемы и одновременно сделать предположение о природе возможного решения.**

Чтобы справиться с плохо сформулированной проблемой, дизайнер должен иметь достаточно смелости для определения, переопределения и изменения её в свете того решения, которое он создает с помощью головы и рук. Этой смелости также надо учиться. Известный методолог дизайна К. Джонс заметил как-то, что изменение проблемы для того, чтобы найти решение, относится к самому ответственному и трудному моменту дизайнерской деятельности, и подчеркнул, что **дизайн нельзя смешивать ни с искусством, ни с наукой, в частности с математикой.**

Опасения в неправильном истолковании специфической природы дизайнерской деятельности стали общим местом и в теоретических рассуждениях о дизайне. Многие методологи особенно боятся смешивать её с научной деятельностью: «Научный метод является моделью поведения, связанного с поисками решения проблемы и используемого для обнаружения природы того, что существует, тогда как дизайнерский метод есть модель поведения, используемого для изобретения имеющих ценность предметов, которые прежде не существовали. Наука аналитична, дизайн конструктивен». **«Естественные науки имеют дело с вещами, как они есть; дизайн, напротив, имеет дело с вещами, как они должны быть»;** «Основывать теорию дизайна на не соответствующих ему

парадигмах логики и науки – значит допускать грубую ошибку. Логика заинтересована в абстрактных формах. Наука исследует существующие формы. Дизайн кладет начало новым формам», – в приведенных выдержках подчеркивается конструктивная, творческая природа дизайнерской деятельности, которая является скорее процессом синтеза моделей, чем процессом их осознания. Решение просто скрывается среди наличных данных, оно должно быть сконструировано как результат активности самого дизайнера.

Любопытно в этой связи наблюдение Левина, относящееся к деятельности специалистов по-городскому дизайну: «Дизайнер знает, сознательно или бессознательно, что для того, чтобы получить уникальное решение, он должен добавить к уже имеющейся информации некоторые ингредиенты. Само по себе такое знание, разумеется, недостаточно. Дизайнер должен найти самый нужный ингредиент, он использует свою силу предвидения и оригинальность мысли для того, чтобы его получить. Что это за ингредиент? Во многих, если не в большинстве случаев это – **упорядочивающий принцип**. Преобладание геометрических моделей, которые обнаруживаются во многих городских планах и во многих работах градостроительного профиля, наглядно демонстрирует указанное обстоятельство». Конечно, не только городской дизайн, но и многие другие области дизайна свидетельствуют о преобладании геометрических моделей. Здесь важно, что модель или какой-то иной «упорядочивающий принцип», по-видимому, и должны быть использованы для того, чтобы решение стало возможным.

Это конструирование модели американский методолог дизайна К. Александер считает сутью дизайнерской деятельности и вводит для его обозначения понятия «конструктивные диаграммы», «язык моделей». Дизайнер учится думать в подобных эскизных формах, превращая абстрактную модель требований потребителя в конкретный образ предмета. Этот тип мышления аналогичен изучению искусственного языка, где с помощью кода (системы кодов) «мысли» переводятся в «слова» и где структурируются связи между явлениями (звуки и значения – в языке, артефакты и потребности – в дизайне).

Итак, **дизайнерские пути познания воплощены в кодах**. Детали кодов варьируют от одной дизайнерской специализации к другой, но, возможно, имеется глубокая структура дизайнерских кодов. Мы не узнаем этого до тех пор, пока не будут достигнуты большие, чем сейчас, результаты в облечении этих кодов в конкретные формы.

То, что дизайнеры знают о своем способе решения проблем, еще не нашло адекватного выражения в понятиях, — это по большей части «молчаливое» знание; они знают этот процесс так же, как умелый ремесленник знает, как он делает свое дело. Разумеется, облечение профессионального знания во внешнюю форму обнаруживает трудности, и потому дизайнерское образование вынуждено так прочно опираться на систему ученичества. По отношению к практикующим дизайнерам их неумение артикулировать собственное искусство, может быть, и терпимо, во всяком случае – понятно, но учителя дизайна обязаны уметь разъяснять настолько, насколько это возможно, чему они хотят научить, иначе они утратят почву для выбора содержания обучения и его методов.

До сих пор речь шла о дизайнерских методах познания, которые реализуются в процессе дизайнерской деятельности. Но другая, не менее важная, область знания об этой специфике заключена в предметах, производимых дизайном.

Материальная культура содержит в себе громадное богатство знаний. Если вы хотите знать, как предмет должен быть спроектирован, то есть какова должна быть его форма, размеры, из какого материала он должен быть сделан, взгляните на существующие образцы этого типа предметов и просто скопируйте (изучите) образец, принадлежащий прошлому. Именно протодизайн так успешно способствовал созданию материальной культуры ремесленного общества: ремесленник просто копировал дизайн вещей с предыдущих образцов. И Джонс, и Александер не уставали подчеркивать, что

бессознательные процессы ремесленного дизайна давали в результате поразительно благородные, прекрасные и соответствующие своему назначению вещи. Очень простой процесс может действительно породить очень сложные вещи.

Предметы выступают формой знания относительно того, как удовлетворяются определенные требования и как решаются определенные задачи. Они также выступают формой знания о том, что пользуется спросом у каждого: не нужно иметь сведений из области механики, металлургии или молекулярной структуры строевого леса, чтобы понять, что топор являет собой (или объясняет) очень эффективное средство рубки леса. Конечно, эксплицированные знания о предметах и о том, какова их функция, приносят пользу и иногда ведут к существенным улучшениям в их дизайне. Но в целом изобретение опережает теорию, сфера творчества и исполнения, как правило, опережает сферу понимания — технология ведет к науке, а не наоборот, как часто полагают. **Дизайнеры обладают способностью одновременно «читать» и «писать» в материальной культуре:** они понимают, что говорит предмет, и могут создать новые предметы, которые **воплощают в себе новые сообщения.**

На важность этой двойной связи между людьми и миром материальных благ — обращают внимание Г. Дуглас и Д. Шервуд. «В течение долгого времени, — пишут они, — преобладало ограниченное понимание человеческого разума, которое только индукцию и дедукцию считало достойными считаться мышлением. Но существует более эффективный способ познания, при котором внимательно разглядывается местодействие и составляется представление о нем. Это способ, обеспечивающий мгновенный обзор всего процесса сопоставления, сравнения и классификации. Это не призыв к мистической, интуитивной способности ментальных ассоциаций. **Метафорическое понимание**, как и все другие способы, которые мы предлагаем использовать, есть работа аппроксимирующей оценки, шкалирования и сравнения одинаковых и различных элементов образцов».

«Метафорическое понимание», пожалуй, самый подходящий термин для выражения специфики дизайнерского искусства, — искусства чтения мира материальных благ и образного перевода с языка конкретных предметов на язык абстрактных требований посредством кодов. Надо забыть, продолжают Дуглас и Шервуд, что предметы массового потребления предназначены для того, чтобы их есть, носить и с их помощью находить себе прибежище, забыть их полезность и вместо этого представить себе, что предметы массового потребления являются «предметами для мышления», относиться к ним как к «бессловесным медиумам человеческой творческой способности».

В этом большом, но чрезвычайно важном фрагменте из статьи В.Ф. Сидоренко (как ни странно, эти суждения малоизвестны нашим «теоретикам» дизайна) содержится много вопросов, проблем и понятий, важных для понимания проектирования и понимания предмета дизайна. Осмыслить их — важно, хотя отрывок и трудноват — насыщен интеллектуально. Поэтому некоторые термины и понятия мы акцентировали жирным шрифтом.

После публикации исследований Б. Арчера и его коллег тогдашняя премьер-министр Великобритании М. Тэтчер ввела некоторые из выводов в перестройку английского образования. Стало очевидным, что на дворе новая эпоха — эпоха «третьей культуры», проектной. В английских школах и других учебных заведениях вместо «изобразительного искусства» началось обучение пониманию современной проектной культуры и освоение ее инструментария и методов. Потому что между изобразительным искусством и дизайном существуют множественные связи, но это разные культуры: первая — рефлексивная, часто — созерцательная; вторая — деятельная, преобразовательная и созидательная. (Основная сложность российской модели дизайн-образования — избыток академических дисциплин: рисунка и живописи, истории искусств, они опираются на традиционные навыки, мало

развивают творческие подходы к решению новых задач. Подчеркну – речь идёт именно об «академических» формах, о модельных нормах. Но если они интегрированы с поиском и проектированием, то становятся прививкой от «голового техницизма»).

О ДИЗАЙНЕ НА РОДИНЕ ДИЗАЙНА

Англия стала страной, в которой дизайн начинался раньше других — во второй половине XIX века. Это произошло благодаря энергичному творчеству художника и дизайнера Уильяма Морриса. Однако массированное внедрение дизайна и дизайн-образования во всё пространство и сферы жизни произошло в Англии позже — почти через сто лет, в 1980-е гг.: тогда началась эпоха тотального Дизайна в жизни страны и мира.

В Англии около 1,5 тыс школ начали преподавать дизайн вместо изобразительного искусства, как и многие высшие школы. Искусство оказалось внутри проектной культуры. В Англии появился **Британский совет** <http://www.designcouncil.org.uk>, выполнявший функции министерства дизайна. На сайте совета было продекларировано: «Наша миссия заключается в том, чтобы перенести преобразующую силу дизайна на вещи, которые важны. Узнайте, что дизайн может сделать для здравоохранения, инноваций и антропогенной среды» (Our mission is to bring the transformative power of design to the things that matter. Find out what design can do for health, innovation and the built environment).

Совет продвигал до недавнего времени дизайн в Англии, направлял экспансию британского образования и дизайна в мире. Одна из функций совета – измерение вклада дизайна в экономику Великобритании.

Джон Ньюбайджин, специалист и автор книг по творческой экономике, председатель Creative England: «Законы построения бизнеса в современном мире изменились: «Что нам нужно, чтобы делать бизнес сейчас? Собаку, чтобы разбудила; стул, чтобы сидеть и ноутбук, чтобы иметь возможность общаться».

«Мы тогда поставили для себя вопрос: «Какие виды деятельности, основанные на профессиональных навыках, творческом потенциале и художественном таланте, способны стать источником экономической прибыли?»

В 1998 г. были выделены следующие области на «карте» творческих индустрий Британии: реклама, архитектура, искусство и антиквариат, промыслы и ремесла, дизайн, мода, кино- и видеоиндустрия, развлекательные интерактивные программы, музыка, исполнительское искусство, издательская деятельность, программные и компьютерные услуги.



Выставка магистерских работ в Королевском колледже искусств (RCA, Лондон, 2013). Справа – профессор Виктор Брагин (УралГАХА) и Крис Натт (Chris Natt) обсуждают проект датчиков противопехотных мин.

На стенах слова-ключи: жизнь – дикость, смотреть – менять, открыть – сохранить как; яркий – умный; будущее – природа; земля – технологии; ярмарка – акция; вдохновить – поддержать; масштаб – баланс...

В 2008 г. вышел доклад «Творческая Британия», который уточнил и расширил список направлений креативной экономики и ввел понятие «кластеров», то есть объединений разных творческих дисциплин, уникальных для данной местности, развивающихся в тесной взаимосвязи друг с другом и обладающих экономической ценностью. По данным доклада «Творческая Британия» стоимость акций дизайн-приверженцев прирастает со всё большим отрывом от классических предприятий, использующих традиционные модели бизнеса, не обращая особого внимания на дизайн как инструмент роста их стоимости.

В творческих индустриях Великобритании занято более 1,1 млн. человек (данные на 2008 г.), этот сектор экономики экспортировал товаров и сервисов на 16,6 млрд. фунтов, объемы прибыли сектора составили 6,2% ВВП (данные 2007 г.)

Творческие (по сути, проектные) формы экономики растут во всём мире и помогают моделировать новую жизнь, культурные пространства. В программе открытия лондонской «Олимпиады-2012», сценарий которого Дени Бойл сочинял 7 лет, лежали исторические моменты и творческие продукты: развитие страны и история борьбы граждан за свои права; «Буря» Уильяма Шекспира и неофициальный антикапиталистический гимн страны – «Иерусалим» Уильяма Блейка; современная музыка, персонажи литературы, актуальные для всего мира; фрагменты кино, современная культура и многое другое стали основой образа Британии, как и само открытие явилось уникальным художественным продуктом. Его обаяние не могло не повлиять на сценарий и идеологию открытия сочинской «Олимпиады–2014», над которой работала в том числе английская команда.

КАК ДИЗАЙНЕРЫ ДЕЛАЮТ ДИЗАЙН (современный английский взгляд на дизайн)

Мэт Хантер, один из директоров по дизайну Британского совета / The British Design Council: *«Есть бесчисленное множество определений дизайна. Кто-то определяет его, чтобы объяснить, чем он отличается, и как связан с другими видами деятельности; кто-то старается вдохновлять на создание хорошего дизайна.»*

Вот простое определение дизайна:

«Дизайн — это связующее звено между творчеством и инновациями. Дизайн преобразовывает идеи в практичные и привлекательные для пользователей и клиентов предложения. Дизайн можно описать как креатив, воплощенный в конечный результат».
The Cox Review

Большинство результатов разработки дизайна являются видимыми, поэтому дизайн можно представить и в другом простом определении:

«Дизайн — это все, что нас окружает, все, что было разработано человеком, сознательно или нет». Поэтому вопрос заключается не столько в том, «Какой дизайн и почему он важен?», а в том «Как я могу использовать хороший дизайн, чтобы сделать мир вокруг меня лучше?».

Чем дизайн отличается от других видов деятельности?

Возможно, наиболее очевидным атрибутом дизайна является то, что он воплощает идеи в реальность, а из абстрактных мыслей и вдохновения создает что-то конкретное. На самом деле, часто говорят, что дизайнеры не просто думают и переводят мысли в конкретные формы, а что они действительно «думают» через создание вещей. Эта способность воплощать новые идеи на ранней стадии разработки продукта говорит о том, что такой продукт имеет больше шансов стать успешным.

Другой, иногда менее очевидный атрибут дизайна, это ориентация на человека. Дизайнеров иногда карикатурно изображают как «закрытых» и самоценных творцов. Однако, истина заключается в том, что настоящие дизайнеры, разрабатывая продукт или услугу, действительно помогают людям, которые будут его использовать. «Фокус на

потребителя» вдохновляет великие идеи и гарантирует, что все применимые дизайнерами решения будут отвечать реальным потребностям, осведомлены о них пользователи или нет.

Все что является в дизайне слишком сложным для понимания, общения или работы, в свое время подвергается сомнению. Возможно именно поэтому, великолепный дизайн может показаться очевидным как сам здравый смысл.

Наконец, дизайн – это «дело всех». Двойственность таких свойств в дизайне, как «овеществленность» и ориентация на человека, означает, что дизайн отличается коллаборативным характером и вовлекает в свой процесс других людей. Современные дизайн-процессы отличаются постоянным стремлением к организации совместной работы дизайнеров и не-дизайнеров для решения глобальных вопросов.

Как дизайнеры делают дизайн?

Каждый дизайнер имеет свой подход к работе. Разные области дизайна имеют собственные методы, однако, у них есть и общие подходы, которые могут быть применимы дизайнерами в любых областях:

Discover (Поиск). Define (Определение). Develop (Разработка). Deliver (Воплощение в жизнь).

Discover (Поиск): Дизайнеры смотрят на мир свежим взглядом, замечают в нем новые вещи и ищут вдохновения. Они собирают новые идеи, решают, что является необычным и интересным, и что будет их вдохновлять. На этом этапе применяют специальные методы, которые включают маркетинговые исследования, пользовательские тесты, управленческие методики и планирование проекта, а также дизайн-исследования.

Define (Определение): На втором этапе дизайнеры пытаются найти более четкое целеполагание среди всех возможностей, определенных на первом этапе. Что имеет большее значение? Что мы должны предпринять в первую очередь? Главная цель состоит в разработке прозрачного творческого задания (креативного брифа), которое отражает ключевой дизайн-вызов для предприятия. Основные методы, используемые на этом этапе: планирование проекта, менеджмент и процедура согласования.

Разработка (Develop): На третьем этапе дизайн-процесса наступает время разработки креативных решений, прототипирования, а также постоянных итераций, «возврата назад» для оценки согласованности результатов проектирования и поставленной задачи.

Ключевые формы активности – брэйништурминг, прототипирование, командная работа с участием специалистов из разных областей, визуальный менеджмент, креативные разработки и тестирование.

Воплощение в жизнь (Deliver): В результате спроектированное решение проходит стадии доработки и запуска на рынок. Основные задачи и мероприятия этой фазы: итоговое тестирование, процедура одобрения и утверждения дизайна, организация обратной связи по итогам старта продаж.

Как организации используют дизайнеров?

В самых передовых организациях дизайнеров используют на всех уровнях бизнеса - от стратегического планирования, где он помогает находить новые возможности для роста, вплоть до создания конкретных дизайнерских решений, которые создают для потребителя эмоциональную ценность и вовлечение.

Ключом к эффективному использованию дизайна на всех уровнях бизнеса является креативный бриф. Он определяет вызовы, проблему, которую требуется решить, а также нереализованные возможности. Можно сказать, что написание эффективного брифа является одной из фигур высшего пилотажа.

Затем этот бриф будет являться необходимым инструментом для выбранной команды дизайнеров. Некоторые организации имеют свой департамент дизайна с

творческой командой, а некоторые прибегают к услугам дизайн-агентств. Но большинство сочетают оба подхода.

Тройная базовая линия (thetriplebottomline)

В рамках совета по дизайну мы стараемся применять дизайн для решения ключевых глобальных мировых проблем, начиная от вопросов безопасности и здравоохранения, до охраны окружающей среды и поддержки локальных сообществ. В то же время мы работаем над тем, чтобы поддерживать британских производителей и сервисные компании в вопросах использования дизайна для создания решений мирового уровня.

И наконец, мы работаем над тем, чтобы создавать модели по измерению позитивных результатов – например, как улучшаются финансовые показатели бизнеса при качественном использовании дизайн-инструментов – для того, чтобы убедительно продемонстрировать ценность хорошего дизайна и показывать последствия некачественной работы.

Мы думаем об этих вопросах как о «тройной базовой линии», проводимой нашим Советом. Какую пользу людям приносит дизайн? Как он помогает нашей планете? И как он генерирует прибыль для бизнеса?

Как это влияет на дизайнеров?

1. Они думают, как разработанный дизайн будет влиять на людей, которые им пользуются, индивидуально и в общественном окружении. При разработке своих проектов дизайнеры вовлекают множество людей.

2. С помощью изучения того, какие ресурсы необходимы для создания продукта или услуги, дизайнеры могут разрабатывать решения, которые минимизируют влияние на окружающую среду.

3. Дизайнеры работают с производителями, маркетологами, специалистами по защите интеллектуальной собственности и бизнес-консультантами, для того, чтобы помочь компаниям обеспечивать рост прибыли вместе с применением дизайн-решений».

Этот материал с несуществующего ныне ресурса и встречающийся лишь в Ливджорнал, характеризует прагматичную версию дизайна. Он кратко описывает основные процессы, обеспечивающие процесс создания и общественного приспособления творческих инициатив.

ВЕНСКИЕ СТУЛЬЯ

Главное качество дизайна, отличающее его от «классических» ремесленных разработок, заключается в **инновационном характере** его продуктов. Первые классические объекты дизайна – **венские стулья**. «Классические» – потому что до сих являются образами профессии.

Первый венский стул появился в 1849 г. Его изобретатель – мастер-мебельщик **Михаэль Тонет** стал одним из первых дизайнеров (Michael Thonet, 1796, Боппард, Германия – 1871, Вена). В местечке Нойвид он учился на плотника и краснодеревщика. В 1819 году открыл мебельную мастерскую, а в 1830 г. начал эксперименты с деревом. Первые стулья были из клееной гнутой фанеры – подобные технологии использовались и до Тонета в разных странах. Из-за этого у М. Тонета в какое-то время возникали проблемы с оформлением патента. Не без труда и не с первого раза он получил австрийскую привилегию на «*гнутье любого – даже самого хрупкого – сорта древесины химико-механическими способами, придавая им любые формы и закругления*». Патент во Франции в 1841 г. был получен со второй заявки.

В Вене Михаэль Тонет оказался в 1842 г. с большой семьей после конфискации немецкой мастерской из-за долгов. Но Тонет не просто придумал технологию – он создал новую – идеальную форму, в которой форма, конструкция, технология были связаны

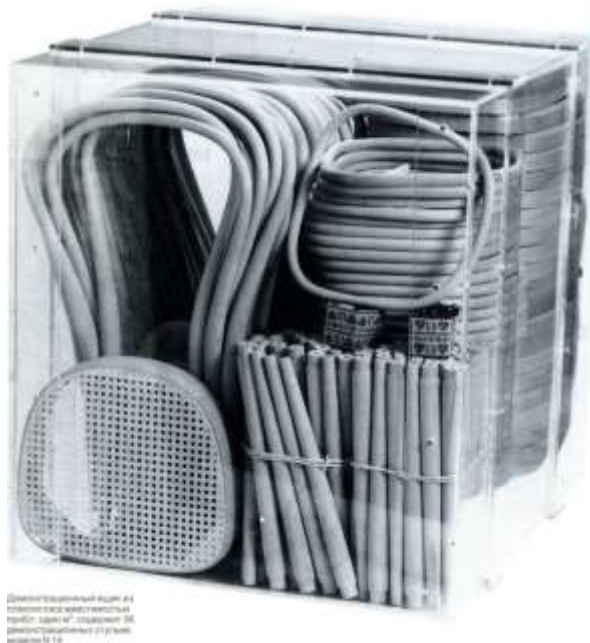
неразрывно и очень красиво: можно использовать здесь слово – «интегрировано». В отличие от механической связи, соподчинения (синтеза) «интегрирование» — неразрывная и неизменяемая взаимосвязь.

Путь к успеху был небыстр: каталоги фирмы Thonet свидетельствуют и о стилизаторских формах стульев, и о работе в тяжеловатом стиле бидермайер.

Производство стульев началось в открытой в 1849 г. в Вене мастерской. Михаэль к тому времени перешел к склеенным слоями прутьям, а от них и к цельной петле спинок. Это уже был прорыв. В 1851 г. на Всемирной выставке в Лондоне М. Тонет получил первую бронзовую медаль. Здесь Тонет представил 6 моделей стульев, 2 кресла, 1 канапе, 2 стола, 1 столик для шитья, 2 столика и 2 этажерки. Это были не известные сегодня тиражные «венские» стулья, а экземпляры дорогой роскошной мебели из палисандрового дерева с латунной отделкой.

Успех в Лондоне и добрые отзывы критики помогли Тонету 28 июля 1852 г. от имени сыновей Франца, Михаэля, Йозефа, Августа и ещё несовершеннолетнего Якова получить новую привилегию. 1 ноября 1853 г. М.Тонет перевёл предприятие на сыновей, назвав фирму «Братья Тонет». Отсюда и товарная марка «Братья Тонет» – «Gebrüder Thonet» (Тонет был единственным сыном в семье, но у него было 14 детей, из которых пятеро сыновей достигли взрослых лет).

В 1959 г. запущена в серию модель № 14. Стул №14 стал самым известным и массовым. Он определил популярность и дал название явлению «венский стул». Венская мебель – по сути и есть венские стулья. Они свинчивались без использования клея. В ящик объемом 1 куб. м. вмещаются три дюжины заготовок стульев, это — гениальное логистическое решение («за морем и телушка – полушка, да рубль перевоз»).



Стул № 14 состоит из шести сегментов. Спинка сделана из двух концентрично гнутых деревянных прутьев с привинченной внутренней спинкой. Плетёное сиденье — с внешним контуром из цельного бука. Габариты – 90x42x41. Производство стула № 14 не прекращалось с 1959 г., сейчас он производится под № 214. Конструкция и форма, их соответствие друг другу идеальны.

История фирмы Тонет полна драматизма, достойна приключенческого фильма. Многочисленные награды (1878, Всемирная выставка в Париже, золотая медаль и т.д.), многочисленные крушения, борьба за и против фирмы... В начале XX века каталоги фирмы

включали ок. 1200 моделей. Фабрики, расположенные в Моравии (современные Словакия, Венгрия и Польша) производили почти 2 млн. изделий в год.

Они были относительно дешевыми, доступными, надежными, легкими, красивыми. Начало XX вв. стал периодом триумфа венского стула как массового промышленного дизайнерского изделия. Венский стул выявил разницу между украшительным декоративно-прикладным искусством, ремесленной мебелью и собственно дизайном: дизайнерская форма чиста, интегративна. Форма, материал, конструкция и образ неразрывны. В декоративном искусстве эти параметры соотносятся более свободно, поверхность используется для украшения, для «других» форм и соответствующих им значений и ассоциаций. Интегративность – неразрывность – в декоративных искусствах не так существенна, а материал с легкостью меняет свою природу.

ХРУСТАЛЬНЫЙ ДВОРЕЦ

Вещи, использующие «дизайнерскую чистоту», появлялись в истории в разное время. Речь идет, например, о веджвудском фарфоре, в котором нередко использовались чистые неорнаментированные формы, а красота материала была не менее важна, чем раскраска поверхности. У фарфористов вообще сложилась приязнь к чистой белой форме, к «белю», тогда как для публики предпочтителен декор, связывающийся с различными дорогими сердцу культурными кодами. Можно найти в истории немало «дизайнерских» форм, например, русские средневековые игрушки – шершунки. Они не только погремушки, но и модульные головоломки: чтобы разобрать (а потом собрать), нужно найти среди одинаковых элементов «замок». Таких блестящих проектных продуктов немного.



Во второй половине XIX в. – это было во многом связано со сменой эстетических установок и с развитием промышленного производства товаров – появлялось всё больше новых решений, имеющих мало прецедентов в прошлом. Развитие ускорялось, нарастали перемены. Одним из таких новых «продуктов» стал *Хрустальный дворец Джозефа Пакстона*, построенный к Всемирной выставке 1851 г. в Лондоне. Это ошеломившее современников сооружение на стыке архитектуры и дизайна, вернее – традиций и проектной культуры. Этот гигантский стеклянный павильон поразил Лондон, и если бы только Лондон! Самое удивительное, что новаторское сооружение осуществил не архитектор, а садовник, попрактиковавшийся на оранжереях и теплицах!

Габариты Хрустального дворца были: длина 564 м, ширина 125 м, высота ок. 33 м, площадь до 100 000 кв. м, вмещал он примерно 14 000 посетителей.

Возникает вопрос – как удаётся «высочке», «дилетанту» протаранить плотную оборону «профессионалов»? Не всегда на него есть ответы. С конца XIX в. приток

дилетантов во все сферы жизни будет увеличиваться: много мастеров-реформаторов были как бы дилетантами: «могучая кучка» композиторов, архитекторы Ф.Л. Райт и Ле Корбюзье, великий наш архитектор Ф.О. Шехтель, великие русские писатели... Может быть, дело в том, что люди, образующие себя сами, развивающиеся по собственным алгоритмам могут избежать соблазна идти по дороге шаблонов?



Для осуществления идеи Пакстон сделал тогда упор на принцип унификации: сборные стандартные элементы были изготовлены заранее. Здание складывалось из одинаковых ячеек, они собирались из 3300 одинаковых чугунных колонн, однотипных деревянных рам и металлических балок. На «стены» ушло 300 000 листов стекла. На площадке все элементы только монтировали, достаточно быстро по сравнению с привычным строительством «камень на камень, кирпич на кирпич».

Масштаб и огромная остеклённость, прозрачность ошеломляли. Особенно привлекательный вид Хрустальный дворец имел вечером, когда светился. Отсюда и название – «Хрустальный дворец». В 1859 г. дворец увидел Николай Гаврилович Чернышевский, и Хрустальный дворец стал прототипом огромного здания в романе «Что делать?», в котором живет коммуна будущего в четвёртом сне Веры Павловны. Н.Г. Чернышевский сделал следующий радикальный шаг – заменил железо и чугун в конструкциях дворца на алюминий, который тогда был редок и дорог — дороже золота, и его применяли лишь в ювелирных изделиях.

По завершении выставки павильон был разобран и перенесён на новое место, в лондонское предместье Сайденхемский парк. 30 ноября 1936 г. Хрустальный дворец был уничтожен пожаром и не восстанавливался. В 1960-е гг. в уменьшенном масштабе он был воссоздан ненадолго журналом Домус в качестве временного собственного выставочного павильона, правда, с конструкциями вишневого цвета.

УИЛЬЯМ МОРРИС

Хрустальный дворец стал надолго символом колоссальных и ускорившихся перемен, начавшихся во второй половине XIX в. «Драйвером» перемен были социалистические идеи, активно создававшиеся в Англии с XVII в.: идеи переустройства общества на началах справедливости, человечности, красоты. Большие идеи находят крупных своих реализаторов, правда и злодеев тоже.

Человеком, который обосновал концепцию «красоты для всех», был **Уильям Моррис** (William Morris; 1834, Уолтемстоу – 1896, Лондон), английский поэт, издатель, редактор и переводчик – в различных источниках можно встретить различный перечень его профессиональных занятий. Важен не популярный сегодня преувеличенный реестр занятий: Моррис был всего лишь прирождённый художник и общественный деятель. Богач, который мог повторить судьбу многих из «золочёной молодежи». Но его интересовало

Искусство, общественная справедливость, можно сказать — Красота во всех смыслах этого слова. И он сделал себя не «золочёной», но истинно «золотой» личностью: видным художником, пропагандистом искусств, предпринимателем-экспериментатором, родоначальником дизайна — автором прекрасных идей, метафорических суждений, блестящих поступков.

На излёте жизни он скептически скажет: *«Я ничего не в состоянии делать, кроме как выступать за сохранение красоты, — глазу приятно, пока видно. Теперь, когда я состарился и понял, что ничего нельзя сделать, я почти жалею, что появился на свет с чувством романтики и красоты в этот проклятый век...»* Скепсис понятен — одному человеку в короткой своей жизни не развернуть телегу цивилизации. Но сила идей Морриса и их человеческое обаяние рассеялись в чутких умах и помогли формированию проектной цивилизации. Трудно удержаться от цитирований, да и не имеет смысла, так как У. Моррис сегодня не издаётся каждодневно: *«Живая жизнь и есть подлинная цель искусства»*. Или, к примеру: *«Искусство начинается с простоты, и чем выше искусство, тем больше в нем простоты»*. Моррис раньше многих понял, что *«если у вас есть какое-либо дарование, вы счастливее большинства людей, ибо источник радости всегда будет с вами, и чем чаще вы к нему прибегаете, тем он становится мощнее»*. Суждения Морриса об обществе, богатстве, искусстве, социальном равенстве, моде, красоте и многом другом произнесены просто, красиво, доходчиво и убедительно — гениально, мы к ним не раз обратимся.

Выпускник Мальборского колледжа и Экзетерского колледжа Оксфорда, в студенческие годы Моррис издавал журнал **Oxford and Cambridge Magazine** (вышло 12 номеров). Он начал со стихов, с увлечения средневековьем и литературных опытов; освоил живопись и графику; стал предпринимателем, но и активным деятелем социалистического движения — всё это было цельно и органически связано. *«Мир везде становится более бездарным и более шаблонным, — уверял Моррис, значит, его стоит менять [Все цитаты даются по: У. Моррис. Искусство и жизнь. — М.: Искусство, 1973]*

Красота, искусство — главные его заботы. Социализм — неизбежная ступень к всеобщему благу. Европа (Франция, Германия, Англия, Италия) — колыбель социалистических теорий, которые П.Я. Чаадаев парадоксально охарактеризовал ещё в первой трети XIX века: *«социализм победит не потому, что он прав, а потому что неправы его противники»*. Морриса совершенно не устраивало то, что *«девиз нашей цивилизации» — «живи за счёт других!»*. Он был своеобразным социальным функционалистом: *«трудом человека должно создаваться только то, что стоит этого труда и что не ведёт к вырождению человека»*. В поздние годы он написал роман **«Вести ниоткуда или Эпоха спокойствия»** (1890), в котором нарисовал гармоничный — можно сказать экологичный идеал будущего, в котором человек, природа, наука и творчество едины.

Кумиром Морриса, оказавшим на него влияние, был **Джон Рёскин** — английский поэт, теоретик культуры, идеи которого о красоте и искусстве стали частью Морриса, а книгу «Камни Венеции» он считал образцом философской эссеистики. Моррис говорил: *«Мир был бы убийственно скучен двадцать лет назад, если бы в нем не было Рёскина»*. Именно под влиянием социальных и художественных идей Рёскина У. Моррис увлекся поэзией, средневековьем, живописью, — но и социализмом. В 1858 г. издал поэтический сборник **«Защита Гвинеvры и другие стихи»**. Наследие Морриса огромно, в том числе поэтическое и литературное, живописное, графическое, декоративно-прикладное.

Сближение с прафаэлитами стало для него естественным: их всех объединяла, говоря словами Морриса, *«ненависть к современной цивилизации»* и романтическая любовь к средневековью, к раннему Возрождению и их поэтике, красоте и человечности. Они понимали, что машинная цивилизация, время выгоды и прагматики — *«воистину жестокий век»* (выражение А. Блока).

В университете Моррис познакомился с **Эдвардом Бёрн-Джонсом**, вместе они путешествовали по Франции. В 1956 г. к изданию журнала Oxford and Cambridge Magazine (журнал продолжил прерафаэлитское издание «Росток») был привлечен **Данте Габриэль Россетти** – едва ли не главный прерафаэлит. Моррис начал учиться живописи у прерафаэлитов. Одной из моделей Морриса и прерафаэлитов была будущая жена Джейн Бёрден (Барден). Живопись прерафаэлитов – исторические сюжеты, связанные с мифами, легендами, преданиями, историческими метафорами; одежды персонажей – романтическое отражение прошлого. Работы прерафаэлитов (направление не было ни монолитным, ни однообразным), «заквашенные» литературой и поэзией, созерцательностью и печалью – утонченные и своеобразные, недаром у прерафаэлизма оказалось и оказывается много последователей, не состоявших непосредственно в этом кружке.



Обои Морриса и Красный дом, архитектор Филипп Уэбб

Впрочем, занятия Морриса живописью не были долгими, его больше увлекало многое из того, что позволяло больше менять жизнь, чем картинки.

К концу 1860-х гг. у Морриса сформировался целостный взгляд на вещи; его убеждения сводились к следующему. Цель жизни – достижение полноты бытия. Моррис и в собственной жизни был не проповедником общих теорий – он им соответствовал, и это определило его эволюцию. Первая половина его жизни – литература, стихи и мечтания, вторая – активная социальная и художественно-творческая деятельность. Он стал участником «Социалистической лиги», писал статьи, книгу «Социализм: происхождение и развитие». Лекции о красоте, социализме, об искусстве, об охране памятников старины он читал по всей Англии. На одном из газетных рисунков от 2 мая 1892 г. мы видим Морриса, изображенного на Трибуне ораторов в лондонском Гайд-парке рядом с Фридрихом Энгельсом, Элеонорой Маркс, Эдвардом Эвелингом, Сергеем Степняком-Кравчинским и другими социалистами.

Моррис уверял, что человечество дошло до крайней точки падения цивилизации: люди думают о материальном, но забывают о Красоте. Меж тем человек отличается от животных чувством Красоты. Правда, капитализм так уродует личность, что это чувство деградирует. *«Что касается меня, – писал Моррис, – то я верю, что если мы попытаемся осуществить цели искусства, не очень-то думая о его форме, то добьёмся наконец того, чего хотим. Будет ли это называться искусством или нет, но это по крайней мере будет жизнь, а в конечном счете именно ее-то мы и жаждем».*

Будучи богатым человеком, он ненавидел роскошь, богатство и отстаивал свою позицию в лекциях и статьях: «Искусство, благосостояние и богатство», «Искусство под игом плутократии» и других и – своим творческим трудом. Увы, *«между нами и искусством лежит рабство»* (с. 65).

Роскошь для Морриса – синоним не только пошлости, но причина и следствие рабства: *«Роскошь – это либо богатство, за которое владельцу приходится постоянно тревожиться, либо оковы пышных условностей, которые на каждом шагу опутывают и раздражают богача. Да, роскошь не может существовать без того или иного вида рабства, и уничтожение роскоши, как и других форм рабства, освободит и рабов, и их хозяев»* (с. 96).

Он приходит к убеждению, что целью состоятельных, развитых людей должна быть помощь несчастным. Каким образом? Необходимо в числе прочего (а его планы были обширны, включали не только уничтожение социального неравенства, но и многое другое, включая, к примеру, охрану памятников искусства) изменение предметного окружения и внедрение красоты в повседневную жизнь людей. Конечно, нельзя сделать революцию с помощью вещей, но можно в жизнь людей, занятых тяжким трудом, внести Красоту. Моррис видит, что «машина» подчинила себе человека, что он стал винтиком в системе производственных, коммерческих, рыночных отношений. (Близкие взгляды разделял К. Маркс, говоривший о том, что если и есть какой-то смысл в прогрессе и развитии цивилизации, то этим смыслом может быть только один – всемерное раскрытие духовных богатств личности).

«Цивилизация, которая не ведет за собой весь народ, обречена на гибель» (с. 111)- звучит актуально и сегодня, как и почти все мысли Морриса, доказывающие нам (говоря его словами) – *«какое благо – свобода жить и думать, какое благо – терпимость и широкое образование!»* (с. 112).

Моррис разделяет идеи социалистов, предлагающих изменить мир. Не будем забывать, что Англия – эпицентр социальных учений современности, идей общественного блага и справедливости. Моррис выступал с лекциями, писал статьи, участвовал в различных кружках и обществах с критикой современного общества. Он не был махровым идеалистом и прекрасно понимал, что в основе реформ лежит достижения социального равенства, освобождения человека от «проклятия труда» и решения его базовых материальных проблем. Он говорил: *«Помимо желания создавать красивые вещи основной страстью моей жизни была и есть ненависть к современной цивилизации»* (с. 56). Цивилизация представлялась цивилизацией убожества, цивилизацией машинных продуктов, пошлых вещей, несправедливости, когда огромное число поработанных людей обслуживают горстку богачей. Красоты и меры в таком обществе не может быть по природе его, а потребность в Красоте была для Морриса одной из базовых.

Социально-политическая деятельность была для Уильяма Морриса одной из важнейших, собственно, она подпитывала его художественные и предпринимательские деяния. В 1878 и 1881 гг. в Лондоне и Бирмингеме Моррис прочёл лекции **«Надежды и страхи искусства»**. Основной постулат – капитал занят лишь извлечением прибыли, это общество враждебно подлинным потребностям человека. В 1879 г. он вошёл в **Национальную Либеральную лигу** (National Liberal League), её ряды покинул в 1881 г. из-за разногласий по ирландскому вопросу. В январе 1883 г. стал членом первой социалистической партии Великобритании – **Социалистической Демократической федерации** (Social Democratic Federation). Читал лекции, издавал и распространял брошюры, финансировал партийный журнал **«Джастис»**. В конце 1884 г. покидает партию, а в январе 1885 г. вместе с Элеонорой Маркс и Эдвардом Эвелингом создает **Социалистическую лигу**, в которую вошли представители левого крыла СДФ и анархисты. Моррис редактирует печатный орган лиги – журнала **«Коммуноил»** и публикует в нём свои произведения. В 1891 г. Моррис отходит от активного участия в лиге из-за разногласий с анархистами.

Все, что Моррис говорил о дизайне и цивилизации, актуально и сегодня (читайте Морриса!). Он впервые заговорил об охране памятников культуры и создал **Общество по охране старинных зданий**. Моррис считал, что памятники искусства и культуры – это

духовные явления цивилизации, которые нуждаются в том, чтобы люди их ценили и заботились о них. Сегодня во всех странах существуют общества по охране памятников культуры и искусства – прошлое стало ценностью.

Но главным «прикладным» итогом его «мыследеятельности» стала фирма «Моррис, Маршалл, Фолкнер и Ко», позже сократившаяся до названия «Моррис и Ко» (существовала до 1940 г.) Моррис служил эстетическому преобразованию мира. В 1859 г. для Морриса, его жены и их друзей был построен **Красный дом** (Red House), в который они переехали в 1960 г. (прожили в нём 5 лет). Архитектором стал **Филипп Уэбб**, близкий к «Движению искусств и ремесел». В отделке принимал участие прежде всего сам У. Моррис, Ф. Уэбб и другие.

Красный дом стал синтетичной моделью (и не новое, и не старое). В нем есть явные намеки на средневековье (длинные окна, высокие кровли, открытые стопила перекрытий), а в остальном – это достаточно «чистая» архитектура – минимум декоративных украшений, «флоральные мотивы», асимметрия. Формат окон, например, подчиняются не фасаду, а внутренней планировке: там, где лестницы – окна удлиненной формы, в других случаях их размеры и конфигурация меняется до круглых. Планировка «изнутри – снаружи» правит здесь бал задолго до искусства модерна.

Дом расположен в окружении природы. Белые окна эффектно смотрятся и на фоне неба, и на красном фоне. Внутри разные планировки: есть коридоры, комнаты, которые соединяются друг с другом коридором, есть проходные комнаты, малые и большие. В Красном доме утверждается относительно новый для своего времени «свободный» план, сегодня обычный. Внутренний декор сведен к минимуму. Обои «флоральные», цветочные. Рисунки обоев не являются стилизацией, а создаются на основе природных цветочных и растительных форм, максимально естественно используемые материалы – кирпич, дерево, Моррис широко использует текстильные рисунки. Позднее появится английский модерн, который назовут «флоральным» стилем» или «стилем либерти» (по названию английской фирмы, продававшей в Италии свою продукцию).

Дом достаточно большой. В нем выразилась мечта архитекторов XIX в. – связать архитектуру с природой. Здание увито зеленью и представляет собой живописное зрелище. Моррис раньше других стал насаждать «экологичность» архитектуры, возвращать ее к природе, что было важно и в английской романтической «озерной школе поэзии» и в традиции «пейзажных парков» – к подобной «авангардной ретроспекции» Моррис пришел не без влияния на него романтических и поэтических идей, английского искусства – ведь он был художник по натуре. (Кто-то из абсурдистов – С. Беккет или Э. Ионеско говорил, что истинный авангардист – тот, который придаёт обветшавшим ценностям современное звучание, реанимирует традицию – и называл в числе таких авангардистов Антона Чехова; таким же авангардистом своего времени был и Моррис, для которого прошлое обладало ценностью настоящего – настоящего.) Природность выражена в компоновках, в асимметрии здания, в многообъемной композиции и отсутствии однообразных глухих стен (гомогенные, однообразные формы угнетают, подавляют человека).

Красный дом – эксперимент Морриса: как может выглядеть среда, очищенная от безвкусицы, тиражирования и пошлости, приближенная не к образцам подражания, а к искусству и живой природе, близкая подлинной природе человека.

В 1861 г. Моррис создает с партнерами фирму «**Моррис, Маршалл, Фолкнер и Ко**». Этот проект исходил из идей романтических братств. Он должен был осчастливить и простых рабочих, хотя изначально ручной труд и работа художников не сулили дешевизны: Моррис намеревался дотировать выпуск вещей для жизни. В 1975 г. фирма реорганизована в «Моррис и Ко». Была развернута сеть магазинов и ремесленных производств, выпускавших уникальные разработки небольшими партиями. Социальная стратегия заключалась в следующем: Моррис предполагал сделать свои продукты доступными многим и сделать жизнь людей более осмысленной и по возможности достойной. Как

общественный деятель Моррис исповедовал общественное равенство – социализм. Как предприниматель – организовал производство мебели, посуды, обоев и тканей, предметов быта и др., продававшихся по низким ценам, но при этом обладавших высоким художественным качеством, так как проектировались художниками-эстетам, исходили из природных форм и были «стильными», красивыми. Эскизы для них делали сам Моррис и его коллеги. Текстиль и предметы делались не просто мастерами-ремесленниками, знающими лишь технологии и традиции, а именно художниками. Ремесленник должен был лишь качественно воплотить замысел художника.

Стул Россетти и мебель из каталога «Моррис и компания» (1866). С точки зрения современных требований она наивна. Усложнённая конструкция (изящные балясинки, декоративные детали). Виден эстетизм в силуэтах и одновременно конструктивная хрупкость. Плетёные сиденья экологичны, жестковаты, правильные с точки зрения гигроскопичности. В разработках просматривается традиция, тогда как о принципиально новых, современных формах говорить рано. Мебель моррисовской фирмы не была вполне инновационна, хотя была по-своему легкой, прозрачной, очищенной от декоративизма и тяжеловесности. Может быть, важнее в ней был налет историзма, чем выход на инновацию. Ведь У. Моррис не отказывался от прошлого, скорее искал возврата к нему в очищенных от случайности формах.

Рисунки и обои Морриса заложили основу современных английских флоральных обоев. За основу взяты природные формы – цветы, листья, кустарники. Эта традиция флорального орнаментирования сохраняется в Англии до сих пор. Некоторое время назад лондонский **Музей Виктории и Альберта** (V&A, <http://www.vam.ac.uk/>) издал книгу обоев У. Морриса с диском – на нём большое число образцов. Обои Морриса до сих пор выпускаются и продаются (например, <http://www.oboilux.ru/wallpapers/Morris&co/>).

Моррис содержал фирму практически на свои средства. Он неплохо платил мастерам. Предметы, изготовленные фирмой, оседали в антикварных магазинах по более высоким ценам, доступные лишь богачам. Получалось, что он фактически дотировал спекулянтов своей идеалистической деятельностью. В 1882 г. он заявил, что считает дело, в которое вложил столько сил, всего лишь иллюзией. Он все большее значение придает общественной деятельности – создает «**Общество защиты старинных зданий**» (1877), сосредотачивается на издательской и просветительской работе, в 1891 г. открывает Кельмскоттскую типографию (хотя и фирма продолжает существовать), в которой возрождает культуру ручного книгоиздания и ручной работы.

Моррис умер в 1896 г. Остались его книги, статьи, эскизы и продукты. Идеи Морриса легли в основу промышленного дизайна Великобритании и Германии. Их подхватили и развили в различных странах. Они красивы и актуальны и сегодня, в эпоху триумфа глобального потребительства, даже может быть, популярнее, чем в своё время (есть даже в инете фан-общество Морриса).

Моррис сформулировал идеологию художественного ремесла, которая близка к идеологии дизайна. Он говорил о Красоте. Красота и приближение к природе, к подлинным потребностям человека были для него высшим выражением жизни, а ее многообразные проявления и наполняли жизнь смыслом. Эстетика Морриса предполагала ориентацию на «природность» в высших ее проявлениях. Моррис не был примитивным романтиком, скорее душевно и духовно богатым интеллектуалом, верящим в поэзию, Красоту. Он иронично относился ко многим явлениям современности – к слепому рабству у моды, к «поточному сознанию» людей, лишенных творческих интересов. Статьи У. Морриса публиковались в английской печати с 1879 г. В 1882 и 1888 гг. вышли два сборника статей и лекций художника. С 1910 г. работы Морриса публиковались неоднократно, их названия говорят сами за себя: «**Цели искусства**», «**Искусство народа**», «**Красота жизни**». «**Искусство, благосостояние и богатство**», «**Искусства и ремесла наших дней**». У. Моррис дал исчерпывающую картину тогдашней цивилизации, искусства, положения

художественных ремесел и уродливого влияния машинного производства на красоту жизни, на человека и общество.

Развивая идеи Морриса, в начале XX в. новые художники и архитекторы, люди с чувством прекрасного пришли к необходимости Красоты. Так у дизайна образовался новый импульс. Хотя представления о красоте в дизайне больше связывают с чистыми формами, лишенными орнаментики и украшений. Вскоре после Морриса, в 1901 г. австрийский архитектор и теоретик **Адольф Лоос** издал свой манифест — статью «**Орнамент и преступление**» (1908), в которой сформулировал принципы современной архитектуры и дизайна: отсутствие бутафории, проектная честность, поиск самоценных форм вне украшений и орнаментации. Украшение для него уже становилось воплощением дикости. В то же время начался промышленный этап дизайна, в котором отдельные вещи и тиражные образцы будут проектироваться на основе чистых, выразительных абстрактных форм.

МОДЕРН И ДИЗАЙН

Появившийся на рубеже 1880-х – 1890-х гг. стиль «модерн» был внутренне родствен дизайну, хотя и с точки зрения стилистики и формообразования вроде и не мог развиваться в дизайн. Другие названия стиля модерн – «флоральный стиль», «югендстиль», «сецессия», «стиль либерти». Модерн – после стиля рококо стал вторым стилем, ориентированным на природу, – так сказать натурстилем. Это, прежде всего, касалось «естественных» способов организации пространств: асимметрии и свободы планов, а также бионических атектоничных форм, флоральных конструкций.

Модерн был именно стилем, поскольку проявился практически во всех сферах жизни. Он ориентировался на природность не столько внешнюю, сколько сущностную, и многие формы модерна продиктованы осознанием закономерностей жизни природы, её явлений и форм. Важная часть модерна – осознание всей сферы жизни как целостной среды, больше это относится к дому, меньше пока – к городу.

Модерн оставил огромный культурный пласт, в котором неисчислимое количество великолепных самобытных находок: особняки, мебель, аксессуары и декоративные делади бельгийца **Виктора Орта** (1861 – 1947) и француза **Гектора Гиймара** (1867 – 1942), проекты и вещи испанца **Антонио Гауди** (1852 – 1926); комплексы немецкого бельгийца **Анри ван де Вельде** (1863 – 1957), **Фёдора Осиповича Шехтеля** (1859 – 1926), шотландца **Чарльза Макинтоша** (1868 – 1928) и многих других. Прикладная графика, живопись **Альфонса Мухи** (1860 – 1939), стекло **Эмиля Галле** (1846 – 1904), живопись и декоративные работы **Михаила Александровича Врубеля** (1856 – 1910) и многих мастеров.

Важное значение мастера модерна уделяли поиску синестетических средств, то есть таких, что содержатся не только в буквальных ассоциациях с природой, но и в широких – прямых и косвенных, вызывающих множественные и глубинные ассоциации – тактильные и вещественные, психологические и культурные. Модерн создал, может быть, самую богатую и сложную выразительную поэтику в истории искусств. Тем самым он многому обучил художников. Внутренне модерн оказался родствен дизайну: опорой на естественные – природные «правила игры», на чистоту и красоту композиционных средств; пространственностью и выразительной свободой – интересом к закономерностям естественного мира и подлинным потребностям человека.

Но модерн стал «стилем богатых» (как, в конечном счёте, и моррисовские вещи). Большая часть того, что делалось в модерне, были уникальные авторские вещи, плохо поддающиеся безупречному тиражированию. И «флоральность» модерна, и его буржуазность вызвали естественную реакцию пресыщенности и отторжения уже у наследников модерна. Хотя по многим творческим установкам модерн был предтечей дизайна, в моральном отношении он отторгался в конце 1910-х гг. как его создателями,

двигавшимися к более функциональному и демократичному проектированию, так и учениками мастеров модерна – для них этот стиль был воплощением пошлости и избыточной роскоши («пошлая роскошь богачей» – У. Моррис).

ДИЗАЙН 1910-х гг. ВЕРКБУНД

Дизайн как промышленное явление и практика создается в 1907 г. **Петером Беренсом** и деятелями **Немецкого Веркбунда** (DerDeutscheWerkbund, создан в 1907 г. в Мюнхене). Рассмотрим некоторые социальные аспекты немецкого (и европейского) обществ в 1900-е гг., когда закладывались прототипы, образцы, формы современной цивилизации.

Социальные проблемы начала XX в.

Все города мира в начале XX в. строятся по одной структуре: более-менее застроенный, как правило, в XIX в., центр и вокруг – рабочие окраины. На окраинах обитают люди, создающие материальные богатства общества. Они работают 12 – 16 часов в день, 6 дней в неделю. Здоровье, образование детей – это личная и чаще всего неразрешимая проблема работников, до которой нет дела работодателям и обществу. Правящее сословие составляет 5 % общества, но владеет абсолютной частью национального богатства. Больше 90% населения – работники, которые трудятся с утра до ночи, причем в очень плохих условиях. Немецкие рабочие жили в комнатах в 9 кв.м. по несколько человек, спали на 3-х ярусных кроватях. Исторически в Германии была традиция у простолюдинов спать сидя, из экономии места в маленьких комнатах. Обитатели городских окраин жили в нечеловеческих условиях. Образование, медицина, социальное призрение и попечительство находились в начальной стадии. Германия стояла у истоков социальных движений, современного образования и современной медицины – и к началу XX века социальное переустройство осознавалось как неотложная потребность.

Из всех европейских городов к началу XX в. шаг сделал Париж, который благодаря деятельности префекта Османа пережил реконструкцию, стал городом, отчасти снизившим противоречий между центром и окраинами. Обновлённый характер город сохранил и до настоящего времени. Иначе выглядели промышленные города большинства стран, в которых претенциозные неоклассические и барочные здания составляли небольшие центральные островки в окружении безбрежных окраин.

Архитекторы конца XIX в. проектируют социальное жильё, города-сады в интересах трудового большинства общества. То, как живут сегодня европейцы – результат 100-летней напряженной борьбы философов, политологов, политиков, партий и передовых архитекторов и дизайнеров за лучшую жизнь.

В начале XX в. происходит бурный рост промышленности, производств, торговли, банков, городов. Это время научного взрыва – складывается современная наука и множество новых дисциплин. Техническая и технологическая революция приучают людей к железным дорогам и автомобилю, электричеству, телефону и радио, к авиации и кинематографу. Европа трансформируется из сельской в городскую. В мире идет борьба за рынки и ресурсы. Отрабатываются новые модели производств, опирающихся на пар и электричество, конвейер и серийность. Очень точно о XIX и XX веках сказал А. Блок в незаконченной поэме «**Возмездие**». Метафоры Александра Блока настолько гениальны, ёмки. Они так точно характеризуют ощущения умных общественных людей, что могут заменить пространственные научные тексты. Поэтому обратимся к Блоку, приведя расширенный кусок пролога и первой главы.

«Жизнь – без начала и конца. | Нас всех подстерегает случай. | Над нами – сумрак неминуемый, | Иль ясность Божьего лица. | Но ты, художник, твердо веруй | В начала и концы. Ты знай, | Где стерегут нас ад и рай. | Тебе дано бесстрастной мерой | Измерить все, что видишь ты. | Твой взгляд – да будет тверд и ясен. |

Сотри случайные черты – | И ты увидишь: мир прекрасен. | Познай, где свет, – поймешь, где тьма. | Пускай же всё пройдет неспешно, | Что в мире свято, что в нём грешно, | Сквозь жар души, сквозь хлад ума.

Глава I: Век девятнадцатый, железный, | Воистину жестокий век! | Тобою в мрак ночной, беззвёздный | Беспечный брошен человек! | В ночь умозрительных понятий, | Материалистских малых дел, | Бессильных жалоб и проклятий, | Бескровных души и слабых тел! | С тобой пришли чуме на смену | Нейрастения, скука, сплин, | Век расшибанья лбов о стену | Экономических доктрин, | Конгрессов, банков, федераций, | Застольных спичей, красных слов, | Век акций, рент и облигаций, | И мало действенных умов, | И дарований половинных | (Так справедливей — пополам!) | Век не салонов, а гостиных, | Не Рекамье, – а просто дам... | Век буржуазного богатства | (Растущего незримо зла!). | Под знаком равенства и братства | Здесь зрели тёмные дела... | А человек? – Он жил безвольно: Не он – машины, города, | «Жизнь» так бескровно и безбольно | Пытала дух как никогда... / Но тот, кто двигал, управляя | Марионетками всех стран, – | Тот знал, что делал, насылая | Гуманистический туман: | Там, в сером и гнилом тумане, | Увяла плоть, и дух погас, | И Ангел сам священной брани, | Казалось, отлетел от нас: | Там – распри кровные решают | Дипломатическим умом, | Там – пушки новые мешают | Сойтись лицом к лицу с врагом, | Там – вместо храбрости – нахальство, | А вместо подвигов – «психоз», | И вечно ссорится начальство, | И длинный громоздкой обоз | Волочит за собой команда, | Штаб, интендантов, грязь кляня, | Рожком горниста – рог Роланда | И шлем – фуражкой заменя.

Тот век немало проклинали | И не устанут проклинать. | И как избыть его печали? | Он мягко стлал – да жёстко спать... | Двадцатый век... Еще бездомней, | Еще страшнее жизни мгла | (Ещё чернее и огромней | Тень Люциферова крыла). | Пожары дымные заката | (Пророчества о нашем дне), | Кометы грозной и хвостатой | Ужасный призрак в вышине, | Безжалостный конец Мессины | (Стихийных сил не превозмочь), | И неустанный рёв машины, | Кующей гибель день и ночь, | Сознание страшное обмана | Всех прежних малых дум и вер, | И первый взлёт аэроплана | В пустыню неизвестных сфер... | И отвращение от жизни, | И к ней безумная любовь, | И Страсть, и ненависть к отчизне... | И черная, земная кровь | Сулит нам, раздувая вены, | Все разрушая рубежи, | Неслыханные перемены, | Невиданные мятежи. | Что ж, человек? – За рёвом стали, | В огне, в пороховом дыму, | Какие огненные дали | Открылись взору твоему? | О чём – машин немолчный скрежет? | Зачем – пропеллер, воя, режет | Туман холодный – и пустой?»

Ощущения и метафоры Блока соответствуют представлениям У. Морриса, К. Маркса и других мыслителей, общественных деятелей, художников. Но к осуществлению перемен шли разными путями: одни создавали политические движения, вставали на путь политического радикализма, в том числе террора, другие считали необходимым вести глубинное переустройство общества – культурное и социальное переустройство в рамках существующих общественных систем.

В 1907 г. в Германии создается Веркбунд – Производственный союз (Der Deutsche Werkbund). За его появлением крылась длительная борьба проектно мыслящих архитекторов и художников с объединениями ремесленников, терявшими монополию перед лицом массового промышленного производства продуктов.

Веркбунд был создан двенадцатью архитекторами, художниками и ремесленниками и двенадцатью корпорациями. Его возглавил **Герман Мугезиус** (1861 – 1927), архитектор, живший в Англии в 1896 – 1903 гг., где он изучал архитектуру жилых домов и напитался идеями У. Морриса. Программа Веркбунда вначале касалась художественных ремесел. Как и Моррис, немцы испытывали потребность в возвращении ремёслам художественности и их одухотворения. Немецкая продукция была в тот момент не лучшей. Но если сформулировать суть пути, смоделированного для Германии Веркбундом, то это — модернизация немецкой промышленной продукции на единых формальных и

технологических принципах, создание социального общества на основе эффективной экономики, повышения ее конкурентоспособности; реформирование всей среды жизни.

К 1910 г. в Союзе числилось 360 художников, 267 промышленников, 105 представителей музеев и выставочных залов. Уже к 1912 г. Веркбунд объединял больше 1300 мастеров и множество предприятий, коммерсантов. Его деятельность приобрела размах. Возник аналогичный союз в Австрии. В состав союза принимались лишь авторитетные предприятия и мастера, среди которых **А. ван де Вельде, П. Беренс, Р. Риммершмид, А. Эндель**. Объединением выпускался журнал «**Форма**» («Die Form», существует и сейчас), пропагандировавший проектные методы рационализма и функционализма. Веркбундом организовывались художественно-промышленные выставки, издавались ежегодники, велась разносторонняя творческая, пропагандистская и организационная работа для поиска и утверждения новых форм жизни. Модель Веркбунда отражала выставка промышленных изделий 1924 г. под названием «**Форма без орнамента**» («Form ohne Ornament»), означавшая торжество принципов и форм нового стиля – функционализма. Изделия круга Веркбунда становились маркой качества.



Бруно Таут, 1913. Акациенхоф. Фюлкенберг-Берлин. Справа Берлинский трамвай (1914, Альфред Гренандер)

Идеи, впервые высказанные Моррисом, воплощались в предметной сфере, но и в социальной жизни: участники Веркбунда проектировали и строили новые типы жилищ, демонстрировавших улучшение условий жизни работников. В Германии впервые строились рабочие поселки с небольшими сблокированными домами на 2 – 4 семьи, с садиками – они были первым человеческим жильем для рабочих в Европе. Несколько подобных поселков были возведены Петером Беренсом, **Бруно Таутом**, Германом Мутезиусом в 1910-е гг. Идеи города-сада стали воплощаться, хотя в более обозримых масштабах это случилось лишь во второй половине 1920-х гг., а окончательно – во второй половине XX в.

В основной – творческо-производственной сфере – Веркбунд организовывал масштабные выставки новых разработок – архитектурных, дизайнерских, художественно-ремесленных, в которых постепенно оттачивались новые модели жилой и производственной среды, новые интерьеры, мебель, аксессуары и т.д. Выставками, печатными изданиями, новыми продуктами Веркбунд пропагандировал функционалистскую модель жизни. Союз ставил перед собой как стратегические, так и тактические цели: прагматичные и гуманные. Прагматичной целью была – сделать немецкую продукцию конкурентоспособной, лучшей в мире и узнаваемой. Путь к этому

виделся в технологической плоскости, но и в развитии профессионального образования; в повышении квалификации производителей. Гуманистические цели реализовались в «охудожествлении» массовой продукции, в привлечении к разработкам лучших архитекторов-художников, ремесленников, мастеров искусств. Выходом в жизнь этой идеи стал новый вуз – **Баухауз** (Bauchaus).

Косвенным выходом деятельности Веркбунда стало создание в декабре 1917 г. **Комитета по стандартизации немецкой промышленности** (Normenausschuss der deutschen Industrie), более известного позже как **DIN (Deutsches Institut für Normung e.V.)**, часто переводимого как Deutsche Industrie Normen. Комитет создал первые в мире стандарты, которые предъявили единые требования к качеству, внешнему виду и техническим параметрам промышленной продукции. DIN были единими правилами для квалификаций, технических условий, обозначений, систематизации всей продукции, её репрезентации и т.д. Позже аналогичные стандарты возникли и в других регионах. В СССР были свои Государственные стандарты – ГОСТ. Во многих странах появились национальные системы стандартов. Сегодня есть и международные стандарты вроде ISO. В огромном СССР было 6 млн. наименований промышленной продукции – такая масса могла бы создать большие проблемы в соответствии разных продуктов друг с другом. Мы приняли немецкие правила стандартизации (хотя и на свой манер) и создавали систему норм, единых требований, при которой разнотипные изделия могли сочетаться друг с другом. Например, в «типоразмерных» кухнях, жилой или офисной мебели отдельные предметы могли компоноваться друг с другом; вся техническая продукция использовала заменяемые разъёмы и розетки, выключатели, источники тока и коммуникационные устройства и многое другое – всего не перечислить. Знающие люди и сегодня покупают только продукты, выпущенные по старым советским ГОСТам, какую-нибудь колбасу – эта продукция гарантированно надежна. Для отображения моделей в проектах, чертежах применяются способы отображения форм, свойств, размеров – ЕСКД, состоящая из множества ГОСТов, DIN или другие. Значительная часть мировой продукции давно «стандартизирована» и подчиняется единым требованиям.

В круге идей Веркбунда сложилось многое: не только новый стиль, но и первая в истории промышленная версия дизайна – целостная система промышленной продукции, спроектированной на принципах искусства. Её создал художественно чувствительный архитектор Петер Беренс, бывший одновременно графиком, декоратором, живописцем, но и директором по дизайну крупной немецкой фирмы (подробнее об этом – дальше).

Немного об этике немецкого дизайна

Германия – страна протестантской этики. Протестантизм установился во время крестьянских войн XV в. унесших 40% населения. И хотя нынешняя Германия, как и большинство европейских стран, скорее атеистична, протестантизм 300 лет нормировал отношения между людьми и окружающим миром. Он внедрил в жизнь ценности трудового усердия и педантизма, аккуратности; чувства долга и т.п. Протестантская этика аскетична. Церкви открыты всегда, выглядят просто, если не сказать скудно: нет золота, икон. Протестантизм опирается на *«учение о всеобщем священстве верующих. При крещении человек получает дар Святого Духа и тем самым посвящается в священство, никакой «дополнительной» благодати уже не требуется. Исходя из этого последующее призвание на служение пастора, проповедника, пресвитера и т. д. является лишь способом поддержания внешнего порядка в церкви. В ...протестантизме не может существовать какого-то строгого определения названию титулов. Различаются должности епископа, пастора, и пресвитера»* [Википедия]. *«Священники – скорее старосты религиозной общины, призванные к служению общему делу, но это не снимает обязанности служения общему делу с каждого члена общины»*... К любому человеку предъявляются общие требования и одно из них сформулировано так: «счастье – это чувство выполненного долга». Со времен философии Николая Кузанского, предполагалось, что Бог вездесущ, присутствует в каждой

частице бытия: протестантизм отрицает плохое исполнение долга, требовательно относится ко всему – малому и большому, тому, что внутри тебя и тому, что вовне.

Очевидно, что протестантская трудовая этика – это своеобразная предпосылка высокого качества и самоотверженного трудолюбия, а также всеобщего равенства: ни в чём не должно быть плохой работы, небрежения и т.д. Не случайно немецкая продукция является лучшей в мире, обладает наибольшей долговечностью и надёжностью, не только некогда широко известные марки вроде Siemens, Bosch, Grundig или AEG, но и продукция малоизвестных производителей, которую выбирают сами немцы. По исследованиям качества немецкая стиральная машина работает в среднем 15 лет, тогда как итальянская – 5 лет. Германия шла к высокому качеству и технологическому лидерству с 1900-х гг. непростым путем, но ее успехи были итогом «общественного договора» и деятельности социально ответственных людей и созданных ими институций.

Германия стала второй после Великобритании страной в мире, которая осознала социальные условия как основу достижения экономического и промышленного благополучия. Если есть качественные товары – их будут покупать, страна будет получать доход – у неё будут средства для расширенного воспроизводства и развития, возможность осуществлять серьезные программы и т.д. Сегодня в Германии бесплатные или, по крайней мере, доступные благодаря страхованию медицина, образование, мощная система социального обеспечения и общественного выравнивания. Есть, конечно, проблемы бедности, преступности и т.д. Но в целом немецкие общественные элиты с начала XX в. пытаются выстроить «социальное рыночное хозяйство» с отношениями партнерства, социальной заботы, ответственности. Общество ставит перед собой значительные общественные, экономические и гуманитарные цели и пытается их решать.

Но путь Германии в XX в. был непростым. Эта страна трудно собиралась и строилась. О социальных конфликтах напоминают социалистическая революция 1918 г., образование Веймарской республики, появление «национал-социализма» (фашизма) и его трагические мировые последствия. Германия состоит из регионов разного уровня развития и даже языков, с разным экономическим потенциалом, культурой и социальными привычками, не случайно – ее название Федеративная Республика Германии. Страна долго была раздробленной, в ней были сильны центробежные силы. При сравнении Восточной и Западной Германий видно, что это две неодинаковые страны (разная архитектура, ментальность, искусство).

Дизайн в современном формальном смысле возник на территории Восточной Германии, в Веймаре. Именно здесь впервые возникла школа – Баухауз, была создана первая образовательная модель и формы многих современных вещей – чайников, стульев, столов, посуды, мебели. Идеология и теория дизайна возникли на востоке страны. В развитии дизайна страна опередила Францию примерно на 60 лет; в России он появился синхронно, но в практическом плане немецкий был «реальнее», сразу ориентирован на производство и серию. По визуальным ощущениям сегодняшняя Германия является страной тотального дизайна (по сравнению, например, с Италией, где дизайн интереснее, «художественнее», но не всеобщ).

Художественность и искусство имеют к дизайну прямое отношение. Дизайн создавался «художниками», хотя и принадлежавшими к разным цехам. Так было в Англии, Германии, России. У. Моррис был живописцем, графиком и поэтом. Патриархи отечественного дизайна были живописцами, разносторонними творческими людьми. Немецкие инициаторы дизайна – архитекторы и художники были равнодушны к красоте в широком смысле – в том числе общественном. Они исходили из потребностей в социальном переустройстве и в красоте в современной жизни. Этическое и эстетическое начала были тесно переплетены и явились импульсом реформирования общества по законам красоты. Так трансформировалась в новое качество возникшая в романтизме и

после него теория «автономных эстетических ценностей», или как ее называли теория «искусства для искусства» – в идею искусства-жизни.

По мнению психофизиолога М.В. Симонова, изучавшего работу мозга, чувство красоты – абсолютный фактор, регулирующий поведение человека. Развитое чувство красоты не позволяет совершать низкие, некрасивые поступки. Человек выбирает и делает то, что соответствует его чувству красоты, соответствия, меры. Красота – это универсальный этический и эстетический фактор. Дизайн рождался как универсальная потребность в красоте – и Моррис, и Петер Беренс, о котором мы сейчас будем говорить, видели и сознавали как негармонично, «некрасиво» устроено современное общество, как низко живут их современники, и стремились это изменить по моррисовскому образцу.

ПЕТЕР БЕРЕНС И АЕГ

Петер Беренс (Peter Behrens; 1868, Гамбург – 1940, Берлин), живописец-импрессионист, он стал известным и влиятельным архитектором, первым промышленным дизайнером, но и учителем М. ван дер Роэ, Ле Корбюзье и В. Гропиуса – создателей архитектуры XX в.

В творческой эволюции П. Беренса были странные кульбиты: сначала модерн, потом ретроспективный историзм, и одновременно – первый программный дизайн многочисленных продуктов, предвосхитивший функционализм. Беренс создал полноценную модель корпоративного стиля: графических элементов, промышленной и бытовой продукции. Собственный вклад Беренса, возможно, не так велик – ученики превзошли учителя, ведь из его берлинского ателье вышли три из четырёх создателей архитектуры XX века: Мис ван дер Роэ, Ле Корбюзье, Вальтер Гропиус. Причудливая эволюция связана с тем, что Беренс был Художником и стремился не к чистоте стиля, а к решению образных задач.

Как Художника его можно охарактеризовать словами О. Манделштама, сказанными о себе: «нраву он был нелинейного». Беренс автор современных идей и разработок, но и помпезных тяжеловесных и мрачных зданий. И если его архитектура, за редким исключением, массивна и скучна, вроде выстроенного в Петрограде на Исаакиевской площади в «исторических» формах здания посольства Германии, то дизайн дал свободу и позволил раскрыться мастеру-новатору.

Одной из первых архитектурно-дизайнерской площадок стал «**Собственный дом в Дармштадте**» (1901), сделанный целиком, включая внутреннюю отделку и аксессуары в стилистике модерна.

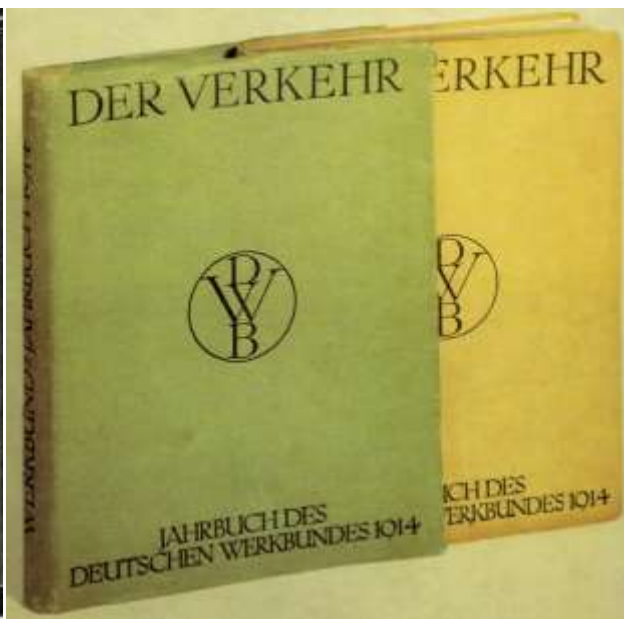
Но мы не случайно упомянули слово «художник» – Беренс не был адептом одного направления. Когда «правильные» люди движутся от модерна к функционализму или, по крайней мере, к ар-деко, Беренс в общественных постройках неожиданно обращается к тяжеловесному историзму. Не меняется лишь его внутренняя натура. Вместе с передовыми архитекторами, например, с Г. Мутезиусом (наставником Беренса) он участвует в проектировании социального жилья. С начала 1910-х гг. строит с коллегами несколько первых домов для рабочих, в начатых тогда новых поселках. Их архитектура упрощена и отличается заметной экономией средств. При этом реализуется идея сочетания нескольких квартир в двухэтажном блоке, их связь с небольшим участком земли. Сблокированность уменьшает затраты на коммуникации и фундаменты. Архитекторы Веркбунда намного опередают преобладающие и сегодня тенденции.

До 1907 г. Беренс был заметным архитектором модерна. Наследие этого времени обширно: здания и интерьеры, предметы, графика. Перелом происходит после того, как он становится деятельным создателем Веркбунда. Помимо жилья для рабочих, организует выставки, раскрывшие дизайнерский потенциал многих будущих мастеров, макетирует ежегодники, создаёт интерьеры, с которых как бы облетает модерновый декор.

В 1907 – 1914 гг. Беренс становится первым в мире художественным директором в крупнейшей производственной компании Германии «АЕГ» (AEG, Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft или на современный манер – Allgemeine Elektrische Gesellschaft). Главным инженером «АЕГ» с 1909 по 1919 гг. был русский изобретатель М.О. Доливо-Добровольский. Для «АЕГ» Беренсом выстроены пять производственных корпусов, включая «Турбинный цех» в Берлине (1909). Вещи в ретростилистике он создавал не вначале, как многие, а именно после модерна.

«Памятный адрес» в честь знаменитого владельца компании, инженера **Эмиля Ратенау** (1907), сын которого, министр иностранных дел Вальтер Ратенау, чрезвычайно умный и прогрессивный мыслитель и общественный деятель, подпишет в 1922 г. Рапалльский мирный договор с СССР, за что заплатит жизнью.

Памятный адрес для директора – солидная и по-своему законченная работа, полная пафосного, торжественного графического «убранства». Как художественный директор П. Беренс проектировал всё: от графики до архитектуры. Как художник он начинал когда-то с журнальной графики, впоследствии постоянно работал в полиграфии. В это время господствующим стилем европейского искусства оставался ещё модерн или Jugendstil, впервые появившийся в молодежном журнале «Юность» (Jugend). Гравюра (ксилография) Беренса «**Поцелуй**» – пример графики в стилистике «югендстиля», как и журнальные заставки, виньетки, графика, макеты книг.



П. Беренс. Памятный адрес Э. Ратенау. Справа – ежегодник Веркбунда, 1914 г.

Эстетика модерна утверждала красоту и природную органику. Она стала этической основой дизайна с его высоким гуманизмом первоначального этапа. Беренс как бы естественно перешел к дизайну – к внестилевому, аутентичному проектированию, исходящему из осознания собственной, как красиво говорят философы «имманентной», внутренне присущей формы. Всего-то нужно было освободить формообразование от наружных украшений и углубиться в назначение и функции создаваемых продуктов. В результате Беренс стал первым в современном смысле дизайнером. Между 1907 – 1909 гг. он создаёт фирменный стиль рекламы, промышленного оборудования, линейку бытовых чайников, шоу-рум в Берлине, шрифт «Антиква Беренса», фирменные знаки и логотипы, плакаты, каталоги, проспекты и т.д.

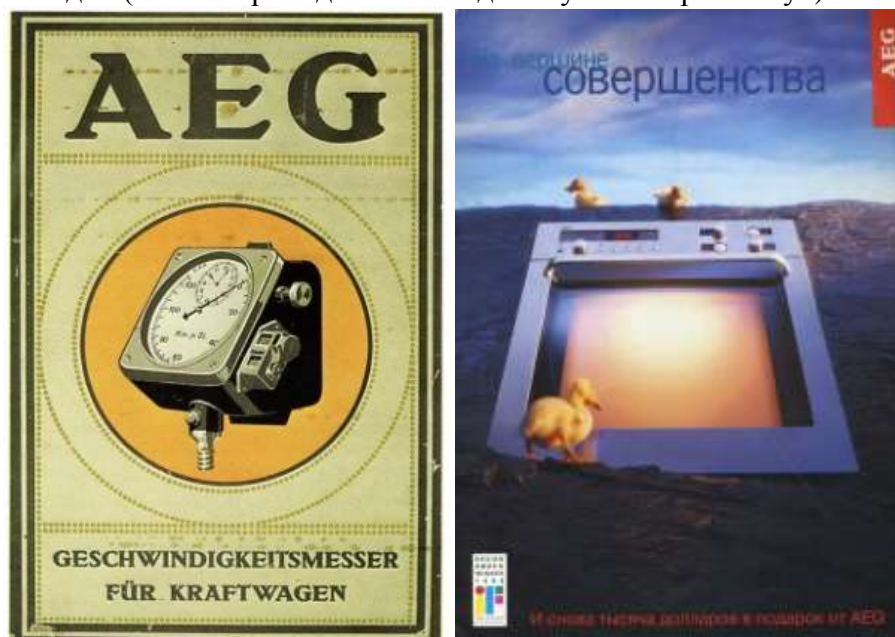
Дизайн создавался живописцем: Беренс закончил художественные школы в Карлсруэ и Дюссельдорфе. Сегодня сложно понять, как и почему именно Беренс стали «призванным» среди множества его не слабых коллег. Но именно он создал дизайн и

архитектуру «АЕГ», выпускавшей электрические приборы для промышленности и быта. Беренс спроектировал огромное количество вещей, основываясь на понимании формы как тектонически ясной, функциональной, технологичной, конструктивной. Он «продвигал» идеологию дизайна, стиль которого читаемый, простой, функциональный, соответствующий назначению вещи. Таковы чайники (1909), вентиляторы, промышленные светильники, манометры, турбины (1911 – 1912) и прочее оборудование. Разработки Беренса очищаются от декора, который заменяется ясными формами, «говорящей» конструкцией, красотой силуэтов и пропорций, выявлением свойств материалов (блеск, сжатие, тиснение).

Функциональная форма не только удобна в сборке-разборке, замене элементов, то есть в работе, она свидетельствует о назначении вещи и её элементов. Если это шахтная лампа, должно быть ясно, что она предназначена для освещения в особых условиях, и тот, кто пользуется ею, должен без инструкции понять расположение аккумулятора, как открывается кожух, как крепится стекло — назначение основных узлов и их функция.

Таким образом, Беренс создал первый целостный, законченный образец промышленного – тиражного дизайна. Он изменил формообразование, создал инновационные продукты, основанные на универсальных способах проектирования. Деятельность Беренса сыграла решающую роль в истории дизайна: по его стопам пошли другие дизайнеры и архитекторы.

В основу «фирменного стиля» («айдентики») лёг шрифт «Антиква Беренса» с налётом стилистики модерна, а также ясные симметричные композиции с рисованными изображениями приборов, лёгкими рамками и пиксельным декором. Беренс сделал несколько вариантов эмблемы предприятия, в том числе и ту, которая используется сегодня. Первые варианты строились на литературных образах (пчелы, сот, трудолюбия) или, напротив, на отвлеченной шрифтовой графике – переплетении прихотливых букв А-Е-Г. Окончательный вариант сводился к простым трем буквам АЕГ, форма которых была с налётом истории – памятью об антикве, похожей не то на шрифт «Купер» (Cooper), не то на «Виндзор» (Windsor), но строже и безличнее и одновременно как бы в ручной графике. Такой вот неоднозначный шрифтовой строй, это решение победило во времени, и используется сегодня («АЕГ» принадлежит шведскому «Электрлюксу»).



Плакат П. Беренса и реклама «АЕГ» 1990-х гг.

Беренс ввел и фирменную гамму цветов: в изданиях Веркбунда, в айдентике «АЕГ» применяются два цвета – зеленовато-оливковый и желто-оранжевые цвета, вполне экологичные и актуальные и до сих пор. Впервые на основе внятной типологии элементов и

композиционных схем создаются буклеты, каталоги, проспекты, рекламные плакаты. Вся продукция предприятия тиражировалась в узнаваемом ключе, в «фирменном стиле».

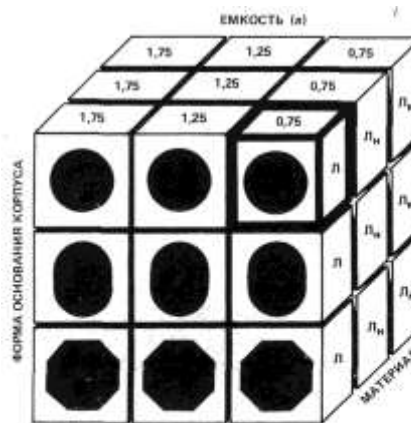
Продукция «АЕГ» была типологизирована, её отличали ясные формы и архитектура, утилитарная проработка и читаемость, работа материалов.

«Шоу-рум «АЕГ» (1909) в Берлине Беренс сделал как уютное кабинетное пространство, похожее на деловой – простой и солидный кабинет.

В дизайнерских разработках классическая архитектура — это трёхчастная структура: цоколь, основание; есть «основной объем», который модифицируется в зависимости от назначения прибора (например, в чайниках преобладает каплевидная форма, удобная для кипячения). И завершается форма выступами-вазонами, выполняющими роль ручек-наверший. Крышки чайников сплавлены с туловом чайников, носики эргономичны, то есть, сделаны так, что удобны и продуманы. Приборы представляют собой классические трёхчастные композиции, с чистой формой металла без орнамента. В отношении материалов идет свой поиск — где-то он «мятый», или поверхность, напротив, полированная. Формы гранёные или каплевидные, близкие к сферам. Ручки чайников оплетены, что оберегает от ожогов.



«Линейка» чайников фирмы «АЕГ» образует «морфологическую» матрицу, в которой системно укладываются все габариты, формы, материалы, из которых они изготавливаются. Эти чайники отличаются от одновременных им, если сравнить чайники эпохи модерна и разработанные Беренсом.



Программа чайников-кипятильников
фирмы АЕГ:
Л — латунь;
Л_{II} — латунь никелированная;
Л_{III} — латунь омедненная

Тиражность – важная примета дизайна: тиражная вещь дешевле уникальной, тираж делает предмет доступным. И это не только коммерческий фактор, но и гуманитарный,

вернее – социальный: доступность важна как фактор общественного равенства. Сегодня демократизация предметов для жизни – основная мировая тенденция.

Направление развития дизайна, качества продукции, её связь с человеком, заданные Петером Беренсом, надолго определили особенности продукции фирмы. И сегодня электрические плиты «АЕГ» – одни из лучших, передовых. Например, они защищены от случайного включения; используют интеллектуальные устройства, оберегающие детей и помогающие хозяйкам. Хотя технологический уровень продуктов 1910-х гг. был ограничен, человеческий импульс П. Беренса привел к тому, что и сегодня продукция развивается как интеллигентная и интеллектуальная.

Последователи Беренса создали современную архитектуру и дизайн, но и его разработки двадцатых годов — чудесный стеклянный павильон на крыше австрийского «Венского кафе» на Международной выставке 1925 г. в Париже; эффектная кирпичная ритмика атриума химического концерна «IG Farbenindustrie» (сегодня – «Höchst», 1920 – 1924) – это уже современные формы. Беренс эволюционировал от модерна к тяжеловесной неоклассике, но далее – в направлении функционализма, выявления свойств материалов и конструкций, без чрезмерной декорации. Чистым примером чего станет постройка – совместно с последователями и коллегами в 1927 г. в Штутгарте жилого поселка Вайсенхоф. «**Дома в посёлке Вайсенхоф**» – неустаревающая современная архитектура, живая во всех смыслах и сегодня.

Петер Беренс умер в 1940 г., будучи с 1936 г. руководителем школы архитектурного мастерства Прусской академии искусств в Берлине. Он был авторитетный, порядочный человек, настоящий художник «до мозга костей».

Сегодня дизайн понимается как технология, инструмент или ремесло, нередко противоположное искусству. Жаль. Ремесло очень легко превращается в спекуляцию в силу того, что в нём нет сверхзадачи – нет искусства, мало актуальна красота, наивна социальная ответственность, которая не вознаграждается. Если дизайн не исходит из искусства и социальности – он мельчает. Он может быть правильным, хорошим, забавным или «сумасшедшим», но становится мелким, прикладным и механистичным инструментом. Анатолий Франс когда-то шутил: *«искусству угрожают два монстра – художник, не являющийся мастером, и мастер, не являющийся художником»*. Это справедливо и по отношению к дизайну.

БАУХАУЗ

Еще один живописец – бельгиец **Анри (Хенри) Клеманс ван де Вельде** (Henry van de Velde, 1863, Антверпен – 1957, Оберг, Швейцария) сделал следующий шаг к реальному дизайну. Проведя первые тридцать лет в изучении живописи, художественной критике и участии в жизни новых художественных течений, ближе к 1896 г. он осваивает ещё один язык — архитектурный и к 1900 г. оказывается в Германии сложившимся живописцем, но и одновременно архитектором. Им, как и многими пионерами современной архитектуры и дизайна, движет, как сегодня говорят «пассионарность». Вельде становится одним из организаторов Веркбунда, основал **«Высшее техническое училище прикладных искусств»**, построив для него в 1906 г. новое здание.



Деятельность Ван де Вельде повторила траекторию многих дизайнеров тех лет: выйдя из опытов новой живописи вроде постимпрессионизма (экспрессионизма, символизма), он наследует заложенный в них потенциал переустройства мира вокруг, потенциал создания новой гармоничной реальности. Она уже не кажется запредельно далёкой — мир красоты, гармонии, живущий по собственным законам – законам искусства, уже смоделирован в картинной реальности.

Ван де Вельде много ездит по Германии с лекциями о новом стиле, о месте искусства в жизни. Цель – созидание и утверждение, по его словам, нового стиля жизненной среды: *«Если промышленности удастся соединить стремящиеся разойтись искусства, мы будем радоваться и благодарить её за это. Индустриальные преобразования есть не что иное, как естественное развитие материалов и средств выразительности различных областей искусства и приспособление к требованиям современности»*. Можем предположить, что свою роль в жизненном определении Ван де Вельде сыграл У. Моррис, с которым они встретились в 1988 г. Моррис и Вельде были похожи – оба увлекались средневековьем, были романтиками и восторгались красотой, боготворили искусство. Оба были деятельны и позитивны, и нашли выход своей энергии в преобразовании жизни на началах искусства.

Ван де Вельде стал одним из самых известных и талантливых архитекторов модерна, работавших преимущественно в Германии. Он проектировал и строил, в том числе классический **«Театр Веркбунда в Кёльне»** (1910), несколько особняков, включая собственный небольшой дом в Веймаре. Ван де Вельде – автор множества предметов в стилистике модерна, ставших классикой стиля: мебели, фарфора, серебряных изделий, даже одежды мадам де Вельде... Его разработки широко представлены в музеях и в электронных ресурсах. После начала первой мировой войны он оставил в 1915 г. директорство, а в 1917 г. и вовсе покинул Германию, что было связано с раздухарившимся на военной трагедии немецким патриотизмом и обострившейся нелюбовью к иностранцам. В качестве директора-преемника порекомендовал Вальтера Гропиуса. На подготовленной Ван де Вельде почве началась новая и уникальная страница мирового дизайна.

Вальтер Гропиус (Walter Adolph Georg Gropius, 1883, Берлин –1969, Бостон), надо полагать, был ближе по взглядам Ван де Вельде. Он принадлежал к тому же кругу делателей и инноваторов, готовых действовать и менять все вокруг.

В результате объединения «Саксонско-Веймарской великокняжеской школы изящных искусств» и основанного Ван де Вельде «Высшего технического училища прикладных искусств» 25 апреля 1919 г. возникает новое учебное заведение – Баухауз (Государственный Баухауз – Hochschule für Bau und Gestaltung – Высшая школа строительства и художественного конструирования, или Staatliches Bauhaus) С Баухауза начинается дизайн-образование и собственно современный дизайн. Заметим, что процесс соединения двух разных по «группе крови» школ не был простым и закончился позже рассоединением, причём академическая школа остаась в том же здании. Вся педагогическая и организаторская деятельность Гропиуса была сизифовым трудом, он ходил по минному полю амбиций мастеров, взаимоотношений с властями, собственных поисков и решений.



О Баухаузе существует колоссальная литература, число книг увеличивается. Гропиус, как говорят, выделял статью Леонида Пажитнова «Творческое наследие Баухауза», она была опубликована в двух номерах журнала «Декоративное искусство СССР» и вышла в Германии отдельной книгой [Леонид Пажитнов. Творческое наследие Баухауза // Декоративное искусство СССР. – 1962. – №№ 7-8; Pajitnov, L., Darschöpferische Erbes des Bauhauses 1919 – 1933. – Berlin, 1963]

Путь к Баухаузу был не прост, как непросты движения к новому. Первоначально Гропиус представил саксонскому начальству *«Предложения по созданию учебного заведения в качестве консультационной организации по художественным вопросам для промышленного, ремесленного и кустарного производства»*, в которых он изложил идею реорганизации художественных школ Веймара.

Почему Гропиус хотел соединить две разнородных школы? Ответ прост – он был человеком искусства, которое для него было высшим оправданием и высшей формой человеческой деятельности. Это – центральная проблема современной архитектуры и дизайна, как мы уже видели. Но Гропиус был против искусства для искусства: взяв его за основу, он предполагал шагнуть от «идеализма» и «мечтательности» к практической деятельности. Кроме того, новая школа виделась не просто школой ремесленных навыков, а экспериментальной площадкой. В 1969 г. он подробно и аргументировано объяснял своё видение учебного процесса:

«Я думаю, что художественное образование лишь тогда даёт выдающийся результат, когда школой занимаются как лабораторией; если преподаватели и студенты взаимно себя стимулируют, а это происходит в то время, когда они пытаются искать новое. Этот характер лаборатории – самый важный стимул в школе, и дух, который у нас был в Баухаузе, прибавлялся, когда мы приближались к смелому поиску. Нельзя умножить чей-то талант, можно только раскрывать его, если он заложен внутри. Главное – создавать деятельную атмосферу, при которой студент хочет двигаться.

Что такое суть образования? Чем дальше, тем больше для меня это – ничто иное, чем способность преподавателя побуждать студента, и если студент активен, то он учится и передвигается самостоятельно.

<...> Все, что мы создаем в искусстве, должно выражать нечто человеческое. Чтобы выразить человеческое, мы должны знать человека как вид, его поведение. Дизайн – всегда часть большего целого, включающего в себя все – общественные связи. В любой дизайнерской школе нужно всегда сохранять проектирование как центральную часть учебной программы. Здесь (в США, ред.) искусство часто рассматривается до сих пор как вторичное, как ненужная роскошь, поэтому оно находится с краю образования. Однако оно могло бы гармонизировать быстрое развитие науки и гипертрофированный прагматизм» [Gespräch mit Walter Gropius // Form+Zweck. – 1979. – № 3, s. 81-82]

Новое учебное заведение должно было соединить искусства и ремесла на основе единых творческих правил: отказа от образцов, развития аналитического мышления и творческих способностей, создания целостного предметного окружения. Во главе школы должна быть архитектура, она задает правила игры для всех. Это было самым сложным – новой архитектуры не было. Школа должна учить не изобразительным навыкам, а творческому становлению личности, способной к деятельному переустройству жизни. Первоначально идея не была принята, и лишь в 1918 г. Гропиусу было поручено сформировать новую школу.

Значение Баухауза огромно. Здесь в чистом виде был создан функционализм – направление дизайна, являющееся и сегодня главным в дизайне. Вальтеру Гропиусу Википедия приписывает творческое кредо: *«Каждый предмет должен до конца отвечать своей цели, то есть выполнять свои практические функции, быть удобным, дешёвым и красивым»*. Теоретические концепции Гропиуса у нас известны по его книге «Границы архитектуры» и другим его статьям и выступлениям [Гропиус В. Границы архитектуры: Пер. С

нем. – М.: Искусство, 1971. – 285 с. Фрагменты: Хрестоматия по дизайну : Учеб. Пособие для вузов / Сост. Г.В. Вершинин, Е.А. Мелентьев. – Тюмень: Институт дизайна, 2005].

Поначалу школа именовалась – Хаусбау (Hausbau), что-то вроде «Домостроя». Но вскоре появилось классическое ныне название «Баухауз», переводящееся как «Дом строителей». Из Баухауза вышли величайшие дизайнеры и педагоги дизайна XX века, определившие его развитие (Марсель Брейер, Марианна Брандт, Вильгельм Вагенфельд и др.). Для Вальтера Гропиуса школа была оправданным экспериментом, в процессе которого уточнялись и менялись его взгляды. Баухауз – маленькая школа, где учились в одно время не более 180 студентов и преподавали около 10 (цифры менялись) мастеров, как принято было называть преподавателей. Но это была совершенно новая и до сих пор лучшая архитектурно-дизайнерская школа. Она создала учебно-творческие методики, прототипы дизайнерских предметов и проектные принципы функционализма, на которых проектирование существовало весь XX в. и существует сегодня. Все остальные учебные заведения лишь пытаются повторить опыт Баухауза.

В Баухаузе учебные дисциплины – предметный дизайн, текстиль, настенные росписи, полиграфия соединялись на общих основах – формальных, идейных, социальных, творческих. Большое значение придавалось соединению техники, ремесла с выработкой свежего взгляда на вещи и проектирование. Гропиус ядовито отзывался о подражании учителю или неким образцам как основе обучения. Он вспоминает, как оказался после ухода великого Фрэнка Ллойда Райта в его ателье, где жена мастера без тени сомнения учила 60 студентов работать «по методу Райта». Увиденное произвело на него гнетущее впечатление: он увидел вторичных, третичных «райтиков». Об этом можно было бы сказать словами Сальвадора Дали: *«Блаженны наши подражатели, им достанутся наши недостатки»*.

В Баухаузе студенты экспериментировали с материалами, открывали их свойства, и на этой основе находили новые формы, композиционные и конструктивные средства.

Баухауз не был монолитным образованием, лишенным проблем и конфликтов. Это был ансамбль солистов, насколько ансамбль солистов возможен. Гропиус иногда сознательно, а временами от безвыходности привлёк к работе людей, представлявших ему самобытными и неугомными личностями. Были конфликты, противоречия – идейные и человеческие, разрывы и противостояние. Создавалась новая образовательная модель, образовательные и проектные методики, и одновременно «индуцировалась» новая архитектура и предметное окружение; образцы изделий опробовались промышленностью, общественным мнением. Рядом с практикой шли теоретизирование, просветительская политика с помощью выставок, публикаций. Широко известны библиотечка карманного формата **«Bauhausbücher»**, выходившая под редакцией Ласло Мохой-Надь (подробнее – ниже), и журнал **«Баухауз»**. Даже открытие Баухауза было превращено в публичную акцию с тремя тысячами гостей, выпуском альбома – как бы мы сказали сегодня, с информационной поддержкой. Творческое, учебно-методическое наследие Баухауза огромно, к сожалению, не всегда понято. Последовательно говорить о Баухаузе не просто, поэтому рассмотрим его фрагментами.

О ПРОЕКТНОЙ МЕТОДИКЕ И ПРАКТИКЕ БАУХАУЗА

Мы уже говорили, что в Дизайне важны методика проектирования, идеология, ценности и принципы – система. Её прототип создана Петером Беренсом. Из его мастерской вышел Вальтер Гропиус, человек, сыгравший особенную, исключительную роль в мировом дизайне, и не только в качестве действующего архитектора и дизайнера, но больше как организатора дизайн-образования нового типа: аналитического, инновационного.

В 1903 – 1907 гг. он изучает архитектуру в Мюнхене и Берлине. В 1907 – 1910 гг. становится ассистентом у Петера Беренса. В 1910 – 1914 гг. ведёт архитектурную практику Берлине (с 1911 г. – в сотрудничестве с Адольфом Мейером). В этот период он строит, безусловно, первую вещь современной архитектуры – «**Обувную фабрику Фагус**» (1911 – 1913) в Альфельде. Второй инновационной работой стала «**Образцовая фабрика**» для выставки Веркбунда в Кёльне (1914), возведенная Гропиусом также с Мейером. Две эти постройки были первыми – отличными от других – образцами современной архитектуры и идеальными воплощениями функционализма. Гропиус использует в них фантастические находки: спиральные лестницы в стеклянных цилиндрах – воплощение красоты и семантики новых конструкций. Стекло стало одним из главных материалов в чистом виде, в огромных плоскостях или цилиндрах, но оно не самоцельно – рядом с ним жёлтый кирпич, глухие поверхности, в том числе криволинейные. Плоские кровли, консоли – ещё два нововведения, которыми будет отличаться «современная архитектура». Общее впечатление от двух этих вещей фантастично: завтра стало реальностью, но оно так непривычно, и появилось в такое неподходящее время (война), что потребовалось много лет осознать прорыв Гропиуса и Майера.

В 1918 г. назначен директором «Высшего технического училища прикладных искусств» (с 1915 г. не функционировало, как мы уже отмечали, из-за увольнения Ван де Вельде) и «Саксонско-Веймарской великокняжеской школы изящных искусств». Объединение школ было отчасти вынужденным компромиссом, при котором «высокому чистому искусству» предстояло сочетаться союзом с «низким прикладным», что привело, как мы теперь понимаем, к далеко идущим революционным последствиям. Уже во второй половине XX в. «прикладные» искусства, «омытые» криницей «высокой чистоты», станут главными в потребительской цивилизации. Известный теоретик, Томас Мальдонадо, так прокомментирует это: *«Людам недостаточно, что произведения искусства стали товарами, они хотят, чтобы товары были произведениями искусства»*. Вальтер Гропиус директорствовал в Баухаузе с 1919 по 1928 гг. Продолжив дело П. Беренса, Гропиус с небольшим числом учеников и единомышленников открыл красоту чистых форм и материалов, пространства, оголённых конструкций, стекла, абстрактной пластики, выразительность ритма.



Набор посуды Марианны Брандт (Баухауз, Веймар) выпускается итальянской фирмой «Алесси»

Он разработал не столько композиционные приёмы, сколько новую художественную этику с её чистотой, простотой и выразительной скромностью. После ухода из Баухауза в 1928 – 1934 гг. он заведовал архитектурным бюро в Берлине. Совершил экскурсионную поездку в США, куда с приходом фашизма в 1934 г. эмигрирует: сначала в Англию, а в 1937 г., окончательно в США. В 1937 – 1952 гг. профессура в Гарвард-University. В 1946 г. основал архитектурное бюро The Architects Collaborative. Проектировал для разных стран, например, для разоренного ныне Ирака; построил известное здание Пан-Америкен в Нью-Йорке и мн. др.

В. Гропиус, А. Майер, Г. Мухе, Мис ван дер Роэ, Корбюзье и их коллеги создали современное экономичное жильё, может быть, правильное сказать – оптимальное жильё, которое и до сих пор преобладает в Германии. Архитектуру функционалисты создавали в единстве с интерьерным дизайном. Идея «тотальной архитектуры» («тотального дизайна»), иначе – целостной предметно-пространственной среды сохраняет актуальность и становится всё более важной. Один из первых крупных примеров – посёлок Вайсенхоф под Штутгартом, построенный шестнадцатью архитекторами, включая П. Беренса, Миса, Ле Корбюзье и др.

Гропиус оказал парализующее влияние на возникающую современную архитектуру: его композиционные и формальные приемы — чистые броские образы ошеломили чувствительных архитекторов. Им оставалось лишь копировать приемы мастера: плоские кровли и консольные «пентхаузы» на крыше; решетчатые консоли-жалюзи, крупные выносы объемов за пределы коробки здания, игру ритмов стеклянных витражей; выносные консольные плоскости вроде входа на фабрику Розенталь и многое другое, что встречается теперь повсеместно.



Комната мастера Баухауза, мебель Марта Стама, стекло Вильгельма Вагенфельда

Главным деянием Гропиуса стала реализация функциональной красоты в промышленных масштабах. Баухаузовцы клонировали со временем не одно подобное учебное заведение в Германии, в США и других странах. И каждый раз они пытались тиражировать и стиль, и учебные методики, и проектную философию, созданную в Баухаузе.

Главным деянием Гропиуса стала реализация функциональной красоты в промышленных масштабах. Баухаузовцы клонировали со временем не одно подобное учебное заведение в Германии, в США и других странах. И каждый раз они пытались тиражировать и стиль, и учебные методики, и проектную философию, созданную в Баухаузе.

В основе Баухауза лежало, говоря словами его выпускника Макса Билла, «единство профессиональных устремлений, культурного становления и политической ответственности». Это очень важное соединение, оно позволяет понять природу дизайна, можно сказать, как принято сегодня – «генетический код» дизайна. Эта специфика сформировалась в Баухаузе, стала его нетленной основой.

«Профессиональные устремления» – способ реализовать человеческое естество: воплотить себя, самоосуществиться, реализовать свое жизненное предназначение, это сверхпрограмма человеческой жизни.

«Культурное становление» – второй «кит», предполагающий личностное развитие, усвоение опыта человечества, адаптацию к изменяющимся условиям жизни и новым задачам.

«Политическая ответственность» – третий ключевой момент, определяющий место человека в череде проблем и направлений действий, так сказать – путь к другим, в том числе перспективы.

Поначалу, в Веймарский период, студентов обучали и «технари», и «ремесленники», и «художники». Первые выпускники были уже универсально образованы – они были знатоки материалов и технологий, то есть ремесленники. И они же были и художниками, знающими полёт мысли и воображения, способными чувствовать материал и задачи искусства.

Вот как выглядело распределение педагогов:

Название мастерской	Специалисты по формам	Мастера производства
Типографика	Лайонел Файнингер	
Витраж	Йозеф Альберс, Йоханнес Иттен	
Мастерские металла	Йоханнес Иттен, Ласло Мохой-Надь, Альфред Арндт	Кристиан Делл, Наум Слуцкий
Столярная мастерская	Вальтер Гропиус	Антон Хандик
Ткачество	Георг Мухе	
Фотография	Вальтер Петерханс	
Настенная живопись	Оскар Шлеммер, Василий Кандинский, Альфред Арндт	Генрих Бебернис
Сцена	Лотар Шрейер, Оскар Шлеммер	
Переплетный цех	Пауль Клее	
Гончарня	Герхард Маркс	Макс Крехан
Архитектура	Вальтер Гропиус, Людвиг Мис ванн дер Роэ, Ханнес Майер	
Оформление выставок	Йост Шмидт	
Обучения гармонии	Гертруда Грунов	

Обратим внимание на то, что сегодня может казаться странностью. В этом великом учебном заведении в выборе мастеров, ведущих те или иные мастерские, заметны профессиональные несовпадения: разве П. Клее является художником книги или сам В. Гропиус – столяром? Разве В. Кандинский – мастер настенной живописи или Й. Иттен – специалист по металлу? В этой странности есть своя – гропиусовская – логика: художник может и должен творчески и свежо посмотреть на вещи, в отличие от ремесленника, который владеет приемами и не способен выйти за их рамки. О некоторых назначениях знает только Гропиус, поскольку диктовались они и безвыходностью: вокруг Баухауза плелись бесконечные интриги и союзы, не только со стороны меняющейся власти, но и коллег по «левому» искусству. Подробно «боевой путь» формирования школы описан в старой немецкой книге «Баухауз Веймар. 1919 – 1924» [Scheidig, Walter. *Bauchaus Weimar. 1919 – 1924. Werkstattarbeiten.* – Leipzig: Edition Leipzig, 1966. – 157 S.: 92 Abb.] Очевидно, что в основе решений директора школы лежали профессиональные цели.

В дюреровской гравюре «Меланхолия» задумчивая крылатая дама (читай Меланхолия – аллегория искусств) находится в состоянии раздвая (в руках – циркуль, призванный всему найти «меру»), а рядом плотницкий инструмент. Сумма символических предметов и знаков намекают на двойственность природы искусства: бодрый путти (предполагаемая аллегория ремесла) спокойно черкается в своих скрижалях, тогда как искусство (аллегорическая Меланхолия) – в тяжком раздумье. Гропиус рисковал, поручая формообразование «непрофильным» мастерам. Можно подумать, что вокруг первой в мире собственно дизайнерской школы стояла очередь выдающихся дизайнеров, но это не так: всё создавалось заново.

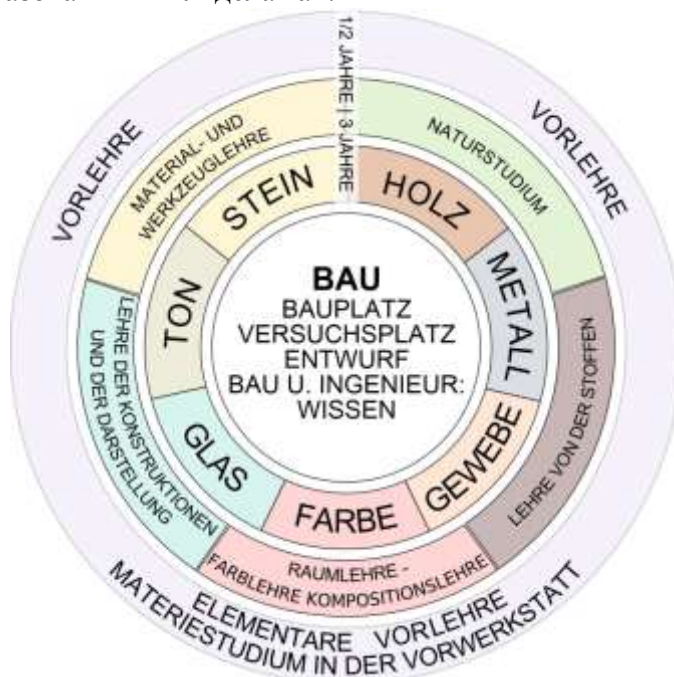
Сочетание «свежего взгляда» свободного художника и ремесленника-технолога составляло соль обучения будущих творцов. Плюс, как уже говорилось, в основу обучения были положены аналитические методики: создавать новое можно было, лишь проникая вглубь свойств материалов, анализируя их скрытые свойства, формулируя задачи и находя способы их решения. Это и была, по сути, впервые поставленная на поток проектная методология. Те, выпускники, которые, пройдя первыми курс Баухауза, начинали преподавать, звались мастерами, они уже были людьми синтетических возможностей – ремесленники и художники в одном лице. Такие появились в середине 1920-х гг.

Структура обучения выглядела так: первые полгода все осваиваю форкурс, то есть введение в основы формообразования и композиции, творчества. Затем – три года длится изучение свойств материалов и технологий по избранному творческому профилю (керамика, текстиль, дерево, металл), становясь проектировщиками. В творческую методику вводилось исследование проектных проблем, наука и эксперимент, изучение инженерно-технологических аспектов. Некоторые из педагогов – например, **Ханнес Майер**, вообще склонялись к тому, что место искусств нужно ограничить, т.к. искусство спекулятивно. Основываться нужно только на данных науки. Этот вектор получит хождение после 1926 г., он распространён (но не единствен) и в современной культуре.

Новые методы преподавания и новый алгоритм обучения студентов от начальных навыков до формирования проектного мышления и прикладной практики позволили «найти» продукты, обладающие инновационными «долгоиграющими» качествами. За какие-то 7 – 10 лет возникли прототипы большинства современных бытовых вещей и архитектуры, с небольшими изменениями существующие до сих пор. Например, созданное в 1920-е гг. оптимальное жильё до сих пор преобладает в Германии, дв и многих странах. По статистическим данным, 80% берлинских квартир – социальное жильё по матрицам Баухауза. Оно не утратило потребительских свойств. И начало движения к достойным условиям повседневной жизни – это опыты и практика Веркбунда и Баухауза.

Заметим, что меняется и терминология: вместо традиционных названий вроде «рисунок» и «живопись» появляются «изучение пространства», «изучение цвета», «изучение композиции», «звук» и другие.

Структура образования выглядела так:



Стоит подчеркнуть, что разрабатывая среду жизни ближайшего будущего, преподаватели и студенты Баухауза не ставили целью услужение комфорту, «вещизму» и только потребительским нуждам. Обывательская психология остается как бы вне контекста проектных замыслов. Предметом проектирования становятся интересы цельного творческого человека, освобождаемого от рутинного быта. Поэтому быт максимально очищается от потребительского хлама, организация жизни (план) и всё оборудование жилья оптимизируется и в известном смысле, ограничиваясь необходимым. Проектировщик ориентирован не столько на сиюминутные потребности конкретного X или Y, а на материализацию социальных и культурных сверхзадач, на осознание потребностей человеческой самореализации. Вот как эту систему идей характеризовал Карл Кантор, одним из первых исследовавший методологию Баухауза: *«Только воспитание целостного человека, способного создавать свое предметное окружение, а не пользоваться им как подаренной и быстро надоедающей игрушкой, даст молодому поколению независимость суждений и моральную стойкость, сделает способным подняться над тучей фальшивых ценностей, подавляющих личность»*. Эта ёмкая характеристика содержит важные творческие установки Баухауза.

Суждения Кантора аналогичны высказываниям самого Гропиуса, выпускников Баухауза. Полезно обратиться к некоторым собственным высказываниям архитектора, важным и для Баухауза и для сегодняшнего архитектурно-дизайнерского мышления.

Гропиус не случайно цитирует «друга Баухауза» Альберта Эйнштейна: *«Характерными чертами нашего века, кажется, являются совершенство средств и беспорядочность целей»* [Вальтер Гропиус. Границы архитектуры. - М.: Искусство, 1971, с.201]. Современная художественная культура пытается ревизовать прошлое и предложить целостную, почти конфуцианскую модель, отгалкивающуюся от стремления *«проектировать вещи просто и правдиво, в соответствии с их внутренними законами.*

Формы, которые обретали эти изделия, не были, следовательно, новой модой, но результатом ясного мышления и бесчисленных поисков мысли и практики в техническом, экономическом, формообразующем направлениях.

Изолированная личность не в силах достигнуть подобной цели; только сотрудничество многих может увенчаться решением проблем, превосходящих по своему смыслу рамки индивидуальных возможностей. Это и обеспечивает их действенность на

много лет вперёд» [Там же, с. 89]. Отсюда и идея «тотальной архитектуры», интегрированной со всеми видами искусств (идея, на уровне «высоких искусств», высказанная художниками-романтиками).

Ключом к новой культуре является воспитание нового мастера, личности, свободной от парализующего влияния прошлого: *«Более чем преуспев в разработке способов ознакомления наших детей с достижениями прошлого, мы совсем не так преуспели в том, чтобы стимулировать их выступать со своими собственными идеями. Мы заставляем их так усердно изучать историю искусства, что у них не остаётся времени для выражения собственных мыслей. К тому моменту, когда они вырастают, они усваивают настолько определённые идеи о том, что такое искусство, что перестают уже думать о нём как о чём-то таком, что должно свободно оцениваться и создаваться ими же самими. Они уже растеряли радостную, произвольную потребность ранней юности придавать вещам новую форму и вместо этого стали всего лишь самоуверенными зрителями. Это, однако, не вина отдельных личностей, а, скорее, следствие социальных процессов самой жизни».*

В основе нового проектирования лежат идеи социального проектирования и ответственность за результаты своего творчества:

«Мы живём в эпоху чудовищных катаклизмов мировой истории, переворота во всей жизни и в душе каждого человека. Для художественно одарённой личности счастье заключается в том, что у неё есть силы следовать целям, важным для всех нас, и мужество внутренне переживать то, что приводит художника на новый путь... Равнодушие, неясность, самоуспокоенность — худшее поле для развития искусства...

Мы просиживали над пепельницами и пивными кружками, мечтая о высотах большого строительства. Для этого требовалась чёткая организация. Нужно было полностью выбраться из-под окружавших нас обломков кораблекрушения. Нельзя достичь большой духовной организации, сформулировать большую идею в замкнутых союзах, ложах, кружках, заговорщически сохраняя её в тайне; художественного выражения можно достигнуть лишь тогда, когда все обратятся к большой общей идее. проникнутся единой духовной целью, которая сможет найти воплощение в едином художественном комплексе. Это будет новый гезамткунстверк [совокупный художественный продукт, идея романтизма. — ВГВ], собор будущего, который своим художественным светом озарит всё наше бытие до мельчайших деталей...

Гропиус – человек действия. Мотивация его программы – в оценке общества и места в нем архитектурно-дизайнерского образования и творчества:

«Баухауз превратился бы в обитель чудаков, если бы не поддерживал связи с опытами и методами творчества во всём остальном мире.

...Если бы мы перестали считаться с окружающим нас миром, единственное, что нам бы осталось, – это уединиться на каком-нибудь романтическом острове. Главной опасностью для нашей молодёжи являются, по-моему, явные признаки повышенной романтичности как понятной реакции на господствующую психологию власти денег и власти и на гибель ряда государств...

Вся «архитектура» и всё «кустарное производство» последних поколений, за ничтожнейшим исключением, фальшивы. В основе всех их произведений заложено ложное и нарочитое желание «заниматься искусством» в ущерб развитию стремлений к подлинному зодчеству. Архитекторы бездумно растеряли оправдание своей профессии... В противоположность этому инженеры, свободные от груза исторических и эстетических традиций, создают ясные эстетические формы. Создаётся впечатление, что именно они постепенно наследуют то положение, которое занимал архитектор в прошлые эпохи господства ручного труда».

Цельность, отрицание механистичности роднят мысли Гропиуса и учение Конфуция, к которому он обращается: *«Нужна работа не для себя, не изображение чего-то параллельно внутренним мыслям и возникающим образам, необходимо творчество как*

манифестация своего внутреннего бытия. Только такое творчество обеспечивает значительность духовного смысла; механическая работа безжизненна, её цель – мёртвая машина». Идея «мертвой машины» от Конфуция. Но в этом отрывке Гропиус идет дальше. Для него проектирование это «*манифестация своего внутреннего бытия*». Эта манифестация, субъективность роднит архитектуру с искусством, адептами которого был и Гропиус, и Иттен, и Альберс, и последний директор школы и один из четырёх патриархов современной архитектуры Мис ван дер Роэ, уверявший, что архитектура (проектирование), как и искусство – «*царство духа*», а не просто конструкции и планировки или рисование фасадов.

Моральные аспекты личности дизайнера, потребность в его работе над собой звучат и в словах Фомы Аквинского, цитируемых Гропиусом: «*Чтобы бог сумел войти в мою душу, я должен освободить её*». Как это перекликается с идеей основателя японского дизайна – Кендзи Экуана, говорившего, что к дизайну ведут три пути: очищение, усердие и учеба (понятая как учеба у вещей и природы)!

Естественно, что никакое развитие не бывает линейным, последовательным. Легко «изучать» историю постфактум, когда все случилось. Сложнее быть участником событий, их творцом, взваливать на себя ответственностью и принимать решения.

Баухауз явился школой, ставившей амбициозные цели. Его идеи отличались от тех, к которым было готово общество, не сразу и не во всём принимающее новое. Возник он во время Веймарской социалистической республики, был если не её детищем, то частью её социальных идей. Не случайно, местные власти иронизировали, что он «храм социализма». Веймарская республика была подавлена, а всё, что с ней сопряжено, оказалось как бы «замаранным» вроде того персонажа, который в возвращается с каторги домой в картине И.Е. Репина «Не ждали». В Германии 1920-х гг. – разруха, политическая неустойчивость, экономическая катастрофа. Многие граждане жили тем, что выращивали на своих огородах (подробнее – «Черный обелиск» Э.М. Ремарка). К власти рвутся фашисты, в конце двадцатых годов наступит их время, а национал-социалистская демагогия окажется обворожительной для измученных войной и нищетой немцев.

С Баухаузом случится поразительная история: Веймар откажет ему в финансировании, это произойдет независимо от результатов и достижений школы, вопреки тому (или вследствие) того, что появилась модель общенародной, демократичной пластической культуры. Тогдашние обыватели часто воспринимали стиль Баухауза как «бедный», хотя в реальности полу-ручное изготовление небольших партий разработок было недешёвым. Баухауз лишается финансирования. Но у него уже множество сторонников, включая знаменитостей из «Круга друзей Баухауза», куда входили, в том числе, весьма известные люди: вдова композитора Густава Малера и бывшая жена Гропиуса Альма, русский художник Василий Кандинский, некоторые европейские знаменитости вроде Альбера Эйнштейна, композитор Арнольд Шёнберг и мн. др. Их защитничество привело к тому, что земля Анхальт, город Дессау согласились принять школу.

Несчастье оказалось кстати: по проекту Вальтера Гропиуса и Адольфа Майера в 1925 г. было спроектировано и тогда же построено здание, соответствующее творческим принципам школы. Оно состояло из трех корпусов, объединенных в единый блок, соединенных переходом. В одном сдвоенном блоке были мастерские, аудитории, в другом – общежитие студентов. В переходе между общежитием и мастерскими находился кабинет Гропиуса. Это был «кампус», в котором рядом жили и работали в непрерывной творческой атмосфере студенты и педагоги.

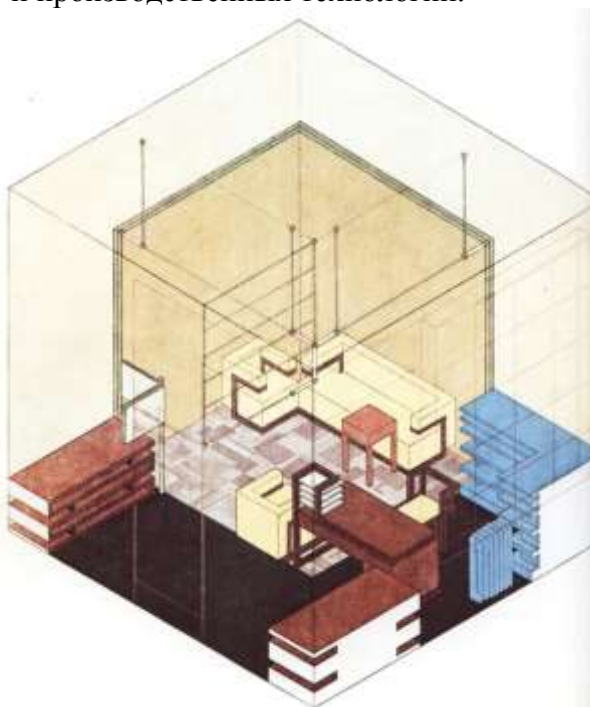
Интерьеры комнат общежития, интерьеры педагогических квартир выполнены Марселем Брейером и другими: мебель Марселя Брейера, Марта Стама, стекло Вильгельма Вагенфельда, металл Марианны Брандт, суперграфика (визуальные коммуникации) Герберта Байера. Формы, ставшие классикой.

Дома для преподавателей-мастеров были построены вблизи основного здания: двухэтажные сблокированные домики, развившие идеи Хауз-ам-Хёрна (подробнее о нём дальше). Это был первый ансамбль, воплощающий только что сформулированные принципы функционализма, новую архитектуру, дизайн, быт и бытие.



В. Гропиус, А. Майер. Дома мастеров Баухауза. Мебель М. Брейера в квартире Л. Моголи-Наги

Кажется невероятным, что за короткое время были «найжены» и осуществлены практически все прототипы современных стульев (Марсель Брейер, Март Стам), посуды (Вильгельм Вагенфельд, Марианна Брандт), светильников (Вагенфельд и др.); плаката, книжно-журнального дизайна, инфографики (Герберт Байер), текстиля и многого другого. Создана дизайнерская образовательная модель, начинающаяся с универсального введения (форкурса), с пропедевтики Йоханнеса Иттена и Йозефа Альберса, Ласло Мохой-Надя и продолжающаяся в специализированных мастерских в аналитическом поиске материалов, функциональных свойств и производственных технологий.



Герберт Байер. Баухауз в Дессау. Кабинет Гропиуса. 1925 - 1927

Комплекс зданий и его начинка – идеальная матрица архитектуры и дизайна. Аудитории и лестницы, актовый зал, комнаты общежития и проекты – всё стало чистым, как бы идеальным. В актовом зале и вестибюле остроумно обыграны балки перекрытия: на них с помощью тонких стальных трубок крепятся газосветные лампы. Паутина трубчатых кронштейнов и стекла светильников смягчает геометрию балок, обволакивает её. Иначе говоря, используется принцип не наложения на архитектурную форму предметов, а интеграция архитектуры и дизайна. В актовом зале – воздушная система трубчатых стульев с откидными тканевыми сиденьями и такими же текстильными спинками. За счёт механизма откидывания проходы свободны. Атмосфера зала создаётся цветной тканью сидений, паутиной светильников на балках, огромными распашными двустворчатыми дверьми с накладными металлическими дисками – каждое решение ново.

На стенах – открытые батареи. Они сегодня часто используются в дизайне, прежде рассматривались как технический, а не пластический объект. Возле сцены театральные светильники – чтобы можно было устраивать спектакли, ведь в Баухаузе были не только капустники, но и «механический балет» – первые энверроументальные светозвуковые шоу – визуальные спектакли.

Библиотека – **Баухазбюхер** (Bauchausbücher) насчитывала 14 выпусков. Они печатались тиражом около двухсот экземпляров карманного формата. Были опубликованы теоретические работы, переиздающиеся и сегодня – ведь их авторы – классики художественной культуры. В публикации теоретических трактатов также была новая особенность школы: распространение методологий и теорий школы, становящейся центром европейского дизайна и искусств. Мы можем судить о теории Баухауза по названиям Баухазбюхер:

Walter Gropius. Internationale Architektur, Bauhausbücher 1. – München, 1925. (*Вальтер Гропиус, Международная архитектура*)

Paul Klee. Pädagogisches Skizzenbuch. Bd. 2. – München 1925. (*Пауль Клее, Книга педагогических набросков*)

Adolf Meyer. Ein Versuchshaus des Bauhauses in Weimar. Bd. 3. – München, 1925. (*Адольф Мейер, Опытный дом Баухауза в Веймаре*)

Oskar Schlemmer. Die Bühne im Bauhaus. Bd. 4. – München, 1925. (*Оскар Шлеммер, Сцена в Баухаузе*)

Piet Mondrian. Neue Gestaltung. Neoplastizismus. Bd. 5. – Eschwege, 1925. (*Пит Мондриан, Новое решение. Неопластицизм*)

Theo van Doesburg. Grundbegriffe der neuen gestaltenden Kunst. Bd. 6. – München, 1924. (*Тео ван Дуйсбург, Основные понятия нового дизайнерского искусства*)

Walter Gropius. Neue Arbeiten der Bauhauswerkstaetten. Bd. 7. – München, 1925. (*Вальтер Гропиус, Новые работы мастерских Баухауза*)

Lazlo Moholy-Nagy, Malerei. Fotografie. Film. Bd. 8. – München, 1925. (*Ласло Моголи-Надь, Живопись. Фотография. Фильм*)

Wassily Kandinsky. Punkt und Linie zur Fläche. Beitrag zur Analyse der malerischen Elemente. Bd. 9. – München, 1926. (*Василий Кандинский, Точка и линия на плоскости. К анализу живописных элементов*)

Jan Peter Oud. Holländische Architektur. Bd. 10. – München, 1926. (*Ян Питер Оуд, Голландская архитектура*)

Kasimir Malewitsch. Die gegenstandslose Welt. Bd. 11. – München, 1927. (*Казимир Малевич, Беспредметный мир*)

Walter Gropius, Bauhausbauten Dessau. Bd. 12. – (*Вальтер Гропиус, Постройки Баухауза в Дессау*)

Albert Gleizes. Kubismus. Bd. 13. – München, 1928. – (*Альбер Глэз, Кубизме*)

Laszlo Moholy-Nagy. Von Material zu Architektur. Bd. 14. – 1929. (*Ласло Моголи-Надь, От материала к архитектуре*)

Наверное, правильнее сказать, что сквозной темой библиотеки были новые формы искусств и их развитие. Архитектура была темой и контекстом проектирования, но проектирование понималось в современном широком смысле — как Дизайн или проектная культура, хотя концепция «третьей культуры» появится лишь в конце 1970-х гг. В результате опытов сформировался проектный язык, очевидный во всём, в том числе в полиграфии, к примеру, в обложках журнала «Баухауз».

Герберт Байер создает шрифт: круглый гротеск без заглавных букв, «Универсум», так он назван на плакате-гарнитуре, в литературе именуется Universal, 1925. Герберт Байер (1900, Хааг, Австрия – 1985, Монтесайт, Калифорния), полиграфист, фотограф. Учился в Линце у Георга Шмидтхаммера (Georg Schmidthammer), занимался плакатами. Учился в Баухаузе. Автор шрифта Universal, разработчик колористики Баухауза, дизайнер многих изданий. С 1928 г. арт-директор немецкого «Vogue», с 1939 г. жил в США, где занимался разными видами архитектуры, дизайна, искусств. Гротеск стал образом современности: он неконтрастен и прост, чист, как гнутый металлический каркас мебели. На входе и торце зданий Дессау так и было написано имя вуза «bauchaus» собственным квадратным ленточным шрифтом.

Внутри здания Герберт Байер создал навигацию, используя цветные геометрические фигуры, крупную настенную графику (суперграфику) и рубленые шрифты различных начертаний. В коридорах и на лестнице появились стрелки, полосы и квадраты: желтые, синие, красные и тексты, указывающие приходящим, где какие службы института. Цвет был использован и для колористической «гуманизации» пространства столовой, лестничных пролётов и коридоров. Колористика применена и в жилых домах педагогов.



Предметы, появившиеся в здании Баухауза, стали базовыми для последующего дизайна – шаровидные потолочные светильники, они просты в изготовлении и использовании, дают большую поверхность светорассеяния, значит, меньше утомляют глаза, чем открытый свет. Встроенные шкафы и стеллажи, металлическая и комбинированная мебель, светильники на шинах и разнообразные настольные светильники; металлическая и стеклянная посуда в учебных корпусах и общежитиях, в домах Вальтера Гропиуса и Василия Кандинского, Лайонела Файнингера, Ласло Мохой-Надя и Пауля Клее – простые и чистые формы, эффектные и одновременно «уместные», на основе которых впоследствии дизайнерами разрабатывались различные другие вещи.

Автором большинства проектов мебели стал Марсель Брейер, выпускник школы. Новой стала встроенная мебель, создающая целостную упорядоченную среду. В прихожей

квартиры Гропиуса за крышками шкафов – вертикально расположенные обувь, одежда; закрываемые плоскостями панелей-шкафов разного цвета. Прихожая – чистое пространство, из которого ведут несколько дверей. Некоторые двери цветные, пространство подчеркнуто графикой «опанелки» («обналички», как говорят иногда строители). Скромная, чистая свето- и цветоносная среда, лишённая признаков вещицзма, «статусов» и стоимостей, воплощавшихся прежде в украстительной бутафории и «культурных» декорациях.

Мебель для студенческих и педагогических жилищ проектировали Март Стам и Марсель Брейер. Она также отличалась от мебели вемарского периода. В новых зданиях появляются почти идеальные «технологичные» формы, рассчитанные на серийное производство и его облегчающие. Между Стамом и Брейером был спор о приоритете, на деле он малосуществен: Мис, Корбюзье. Все, существовавшие в ценностях новой проектной культуры, проектировали близкие вещи. Мы много раз видели «идеи, витающие в воздухе». Например, в тюменском колледже искусств в студенческом спектакле «Параллели времени» по бедноте использовали паковочную ткань, этакой полог, который трансформировался растяжками то в силуэт храма, то в колышущиеся волны. А через месяц после нашей премьеры «в телевизоре» показали спектакль «Возмездие» театра Моссовета, в котором был использован точно такой же сценографический ход, подобная же ткань двигалась, обретая разные формы. Есть общие толчки, стимулы, «мыслеобразы», «параллели времени», которые приводят к схожим решениям.

Значительная часть сегодняшних стульев – это модификации моделей Стама и Брейера. В основе всех разработок лежит единое понимание материала: текстиль выявляет фактуры переплетений и ритм цветных ритмов, в полиграфии – ясные рубленые шрифты и строгая стилистика «швейцарской типографики», фотографика и фотоколлажи. Широкое использование геометрики, открытых цветов, натуральных и выразительных материалов и поверхностей имеет начало в Баухаузе. Если до этого художник-декоратор пытался показать свое мастерство, удивить приёмами, талантом к стилизации, то с Баухауза начинается культурно непредвзятое формообразование, новые нетипичные формы, функции, конструкции так сказать новые самости вещей. Говорят о «стиле Баухауза», хотя его подоплёкой являются единые принципы, мучительно найденная проектная идеология.

Будучи директором Баухауза и практикующим архитектором, Гропиус немало проектировал и предметы. Несколько образцов фарфоровой посуды он сделал для фирмы «Розенталь». Это крупная немецкая фабрика, одна из ведущих в Европе, наряду с итальянской «Ричард Джинори». Посуда Гропиуса тиражируется уже семьдесят лет и воспринимается как современная. Он разрабатывал автомобили, салоны вагонов, музыкальные инструменты и др. Директором Баухауза Гропиус оставался до 1928 г., около десяти лет. Но любое преподавание и любая административная деятельность – это всегда жертва, особенно в ансамбле солистов, немало попортивших крови. Так, с Й. Иттенем, создателем вводного курса, пришлось расстаться жёстко: Иттен был фанатиком учения маздазнана и зороастризма, жёстко направлял учеников по пути духовного совершенствования. Две книги Иттена были многократно выпущены в новое время в России [Иттен, Йоханнес. Искусство цвета / Пер с нем. Л. Монаховой; 8-е издание. – М.: Издатель Д. Аронов, 2013. – 96 с.: ил. – ISBN 978-5-94056-026-5; Иттен, Йоханнес. Искусство формы / Пер с нем. Л. Монаховой; 5-е издание. – М.: Издатель Д. Аронов, 2014. – 136 с.: ил. – ISBN 978-5-94056-034-0]

Вроде бы ничего плохого в духовных практиках. Форкурс Иттена включал в себя не только композицию и работу с материалом, но и учение о питании, дыхательные упражнения, помощь медитации. Он имел целью трансценденцию, а не проектную практику. В то время как власти требовали от Гропиуса результатов (школа была и оставалась государственной), Иттен формировал агрессивное движение личного самосовершенствования не нацеленное на общественную практику, вопреки вектору

школы. После прощания с Иттенем форкурс возглавил сторонник Гропиуса Йозеф Альберс, он и создал современную прикладную пропедевтику.

В 1928 г. уже сам В. Гропиус оставил Баухауз, передав директорские вожжи швейцарскому архитектору, работавшему в Бельгии, Германии, Швейцарии, выпускнику Берлинской школы Ханнесу Майеру (Hannes Meyer, 1889, Базель – 1954, Крочициссо-ди-Савоса, Швейцария). Майер в гораздо большей степени был политизирован, впрочем, вся Европа политизировалась, и у Майера находились многочисленные сторонники.

Он был пурпурно-красным марксистом, если так можно сказать; считал, что искусство, соловьи и красота вторичны и несвоевременны, необходимо революционно менять действительность. От триады «профессиональные устремления + культурное становление + политическая ответственность» осталась последняя – самая деятельная часть. Важным, но не состоявшимся (в силу кратковременности управления Майера) стала идея «онаучивания» проектирования (чрезвычайно популярная сейчас). С неё и начнётся следующая эманация Баухауза в 1953 г., когда выпускник 1927 – 1928 гг. Макс Билл воссоздаст его в формате Ульмской высшей школы формообразования.

Проектная платформа Майера была рационализирована и методологизирована следующим образом: по его представлениям, проектные задачи сводятся к таким явлениям как: *«1. Сексуальная жизнь, 2. Привычки сна, 3. Домашние животные, 4. Озеленение, 5. Личная гигиена, 6. Защита от погоды, 7. Уборка дома, 8. Автомобильное обслуживание, 9. Кулинария, 10. Обогрев, 11. Инсоляция, 12. Обслуживание — это единственные побуждения, определяющие создание дома. Мы исследуем распорядок дня всех, кто живет в доме, и это даёт нам функциональную диаграмму — функциональная диаграмма и экономическая программа — принципы определения проекта строительства»* [Майер, Ханнес, 1928, в: Theo Van Leeuwen. *Introducing Social Semiotics*. – Routledge, 2004, p.71]. Этот лево-радикальный вариант дизайна сводил задачи к проработке утилитарных функций. Он был альтернативен принципам Гропиуса, хотя Майер и был назначен учителем, Гропиус не исключал большей научности в проектировании. Но на очередную битву «за проектную правду», по всей видимости, уже не был готов: ему было 45 годков, сражение за Баухауз было титаническим подвигом, измотавшим его. Не забудем, что Гропиус воевал на западном фронте, был тяжело ранен, в конце концов у него было собственное архитектурное бюро и практика.

Тогда же – в конце 1920-х гг., Майера поддерживали студенты, начиналась эпоха политической активности: митингов, демонстраций, манифестаций против «культурной реакции» в Баухаузе. Наверное, иного и не могло быть в Германии, исторически расколотой и стоявшей на распутье. Одна из фотографий журнала «Баухауз» запечатлела митинг с осуждением В.В. Кандинского, обвинявшегося в том, что тот написал донос властям о студентах, собравших деньги в пользу бастующих мансфельдских горняков.

В левацкой платформе Майера не было ничего удивительного, это вновь распространённая сегодня система идей, появляющаяся на крутых виражах истории. К сожалению, дни Баухауза были сочтены, и финал его всего лишь откладывался: национал-социализм не мог быть питательной средой искусства, творчества, свободных поисков и социальной ответственности. В 1930 г. Майер был уволен. В том же году он приехал с группой студентов Баухауза в СССР, где жил до 1937 г., энергично и многообразно работая в Москве, проектировал в различных городах. Летом 1931 г. организовал выставку «Баухауз Дессау 1928 – 1930». Преподавал в ВАСИ (бывшем ВХУТЕМАСе), проектировал в том числе столицу Еврейской автономной области Биробиджан. Затем уехал в Мексику, в итоге вернулся в родную Швейцарию. Это уже другие истории, но Майера преследовали – вопреки его бьющей ключом энергии неудачи, ему многое не удавалось реализовать, в том числе потому, что механистичность проектных методов встречала сопротивление – в Германии, в СССР, где он прожил много лет, и откуда уехал в том числе из-за методологических конфликтов. По крайней мере, так он объяснял в письме архитектору

Н.Я. Колли: *«Для Вас и Ваших коллег я останусь холодным рационалистом и методистом, то есть – по крайней мере, сейчас – не представляющим никакой практической пользы. Поэтому я ухожу!»*

Атмосфера вокруг Баухауза накалялась, и чтобы его спасти, компромиссным директором в 1930-м г. становится **Людвиг Мис ван дер Роэ** (Ludwig Mies van der Rohe, 1886, Аахен – 1969, Чикаго), выдающийся архитектор XX в., может быть наиболее самобытный. Он был независимым человеком и мастером, создавшим к тому времени идеальную по чистоте, простоте и техническому осуществлению модель функциональной архитектуры и дизайна. Мис был к тому времени не только знаменитым автором германского павильона в Барселоне и его мебели, но широко известным в Германии и Европе автором выставочных экспозиций, авангардных проектов и построек.

Он попробовал прикрыть школу своим именем. Баухауз переехал в Берлин. Но в 1933 г. был всё-таки ликвидирован как «коммунистическое» гнездо. И те, кто был с ним связан, как и вообще немецкая интеллигенция, потянулись за пределы Германии. Мис через Англию уехал в США, там же оказались Гропиус, Брейер.

Баухауз сыграл огромную роль в проектной культуре XX в. Чайники и металл Марианны Брандт, металл и стекло Вильгельма Вагенфельда, мебель Марселя Брейера и Марта Стама, текстиль Пауля Клее и его учениц, пропедевтика Йоханнеса Иттена и Йозефа Альберса; механический балет, фотографии и коллажи Ласло Мохой-Надя, работы Гропиуса и Миса, как и десятков выпускников Баухауза, менее известных и ставших крупными дизайнерами, педагогами в разных странах, заложили философские, методологические, стилевые основы дизайна XX века. Многие вещи Баухауза выпускаются до сих пор и остаются современными. **«Ложечки для заваривания чая и кофе» Отто Ритвегера** – потрясающие объекты, маленькие, изысканно красивые, экстремальные по пластике и неожиданной функции; **«Детская качалка» Петера Келлера** – список шедевров можно продолжать. В этом смысле – смысле потока идей и решений, их «нетленности», Баухауз жив до сих пор.

БАУХАУЗ: «ИСКУССТВО И ТЕХНИКА – НОВОЕ ЕДИНСТВО»

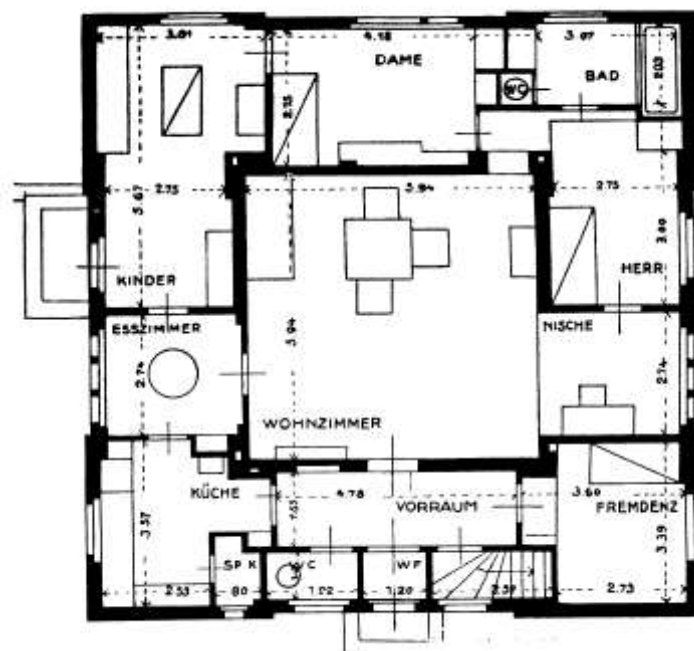
Такой девиз выдвинул Гропиус, организуя демонстрацию первых наработок, выполненных в период 1918 – 1923 гг. Вообще-то выставка называлась просто – «Bauhaus», организовали её в 1923 г. и это был отчёт школы за 4 года работы. Она проводилась по настоянию местных властей, настаивавших на демонстрации результатов. Гропиус считал, что результаты скромны, по крайней мере, нет ещё архитектуры, если не считать собственных работ ателье Гропиуса, не имевшего отношения к школе.

Главным экспонатом стал дом **«Хауз-ам-Хёрн»** (Haus am Horn), призванный показать возможности массового строительства жилья и стать прототипом нового жилища и быта. Дом возводился Адольфом Мейером по эскизам Георга Мухе. В выставочных залах и в самом Хауз-ам-Хёрне выставлялись трансформирующаяся мебель, в том числе кухонная (кухню тщательно прорабатывали Бенита Отте и Эрнст Гибхардт; мебель столовой – Эрих Дикман), предметы быта – стекло и керамика, металл, текстиль, ковры и ткани, современное оборудование жилья.

Хауз-ам-Хёрн являлся лишь одной из комбинаций типовых модулей, а вся их линейка позволяла комбинировать площади, габариты, этажность. Дом стал основой разработки оптимизированных общедоступных домов близкого будущего. Гропиус и его коллеги спроектировали «типоряды», то есть набор различных вариантов жилищ и оборудования, скомпонованных по принципу набора объемов-кубиков. Самым простым был этот возведённый дом с «хорами» (повышенной средней частью для освещения центральной комнаты). С точки зрения сегодняшней архитектуры и начинки он внешне архаичен, но заметим, что был первой ласточкой, и эта «архаика» легла в основу

современного жилья – типового, значит, более доступного и облегченного в производстве, более экономичного и рассчитанного на широкий круг людей.

Внешне дом прост, даже примитивен. Рядом участок земли и небольшой садик. План дома труден для компоновки (квадрат), но разумно организован: система комнат разных габаритов и их площади функционально хорошо продумана. Рядом с небольшим входным тамбуром, как водится, туалет, кладовка и выход на плоскую крышу. Из тамбура – проход налево в кухню, прямо – большая общая комната, справа – относительно изолированная гостевая комната. Центр дома – большая общая комната с верхним светом, её площадь около 36 кв м.



В глубине – дамская спальня, из нее проход в санблок, в детскую комнату и мужскую спальню. В спальню папы – отдельный вход, она расположена подальше от шумной детской «зоны». Понятно, что мама ближе к детям, папа ближе к рабочему кабинету-нише. Детская комната длинная, около шести метров и более того, она логично расположена возле столовой и кухни. Для детской комнаты были разработаны даже игрушки (наборы модулей-корабликов Альмы Бушер, шахматы Йозефа Хартвига).

Дети, как известно, всё время едят, двигаются, растут – как и положено «короедам», как их некоторые шутливо называют. Благодаря выбранной Гропиусом конфигурации дети могут бегать по шестиметровой комнате. Траектория их марш-бросков удлинняется за счет столовой и продолжается до кухни, так что дистанция пробежки может быть большой – до 10 – 11 метров. У ребятшек есть шанс «выбегать» свою энергию или метнуться в сад. Выход в сад есть также из детской комнаты, при этом сад контролируется мамой из кухни и столовой.

Наличие тамбуров – важный акустический момент. Сегодня многие помещения соединяют: кухня, гостиная, спальня и туалет становятся целым. Это поветрие именуется – «нелюбовь к клетушкам». Легко представить, как соединение разных помещений может усложнить быт: один поет или шуршит фантиками, другой смотрит телевизор, четвертый скучает и требует уединения, с пятым еще что-то происходит. И вся эта разнонастроенность, звуки и разносюжетность быта семьи делают его чрезмерно прозрачным.

В Хауз-ам-Хёрн детская комната изолирована, но мама слышит, что в ней происходит. В сочетании изолированности и единства, относительной самостоятельности помещений и продуманности их назначения — изощренное планирование жилья, которое

можно определить как «оптимальной» или как «максимально минимальное» или наоборот – «минимально максимальное».

Мамина спальня небольшая, около шести с половиной метров. У нас сегодня с помощью масс-медийной публики складываются образы «настоящего счастья»: огромные дворцы, приобретение которых нужно обменять на полжизни, а обслуживание нуждается в массе челяди; какие-то большие неповоротливые автомобили – безбедное существование, доступное небольшой прослойке финансово-властной элиты... Формируется ощущение, что «истинная жизнь» – это громоздкая материальная оболочка в «залах», каждый размером с весь Хауз-ам-Хёрн, то есть под 100 кв м. Посетители русских дворцов-музеев, усадеб удивляются габаритам и высотам реальных жилых помещений прежней «России №1» высотой в 2,2 м и площадью в 12 кв м, в отличие от парадных пространств и павильонов киностудий и тем более любимых «3-D моделерами» бесконечностей. На деле «нормальная» жизнь предполагает оптимум, прежде всего потому, что самое драгоценное – время нашей жизни, только оно является незримой, но истинной мерой полезности.

Проектировщики разумно комбинируют пространства: площадь столовой в Хауз-ам-Хёрн примерно 4 кв м, но она кажется больше, потому что соединяется с детской и с кухней, открывается и в сад и в просторную общую гостиную. Зато гостиная, в которой собирается семья и проходят семейные события самое большое помещение.

В Хауз-ам-Хёрн представлена была функциональная мебель, предназначенная для массового производства. К этому времени Брейером разработаны различные столы – низкие, высокие обеденные, детские, а также стулья и кресла. Стол Йозефа Альберса нарушает привычки, так как ножки-планки расположены «поворотной» под 90° друг к другу и являются своего рода царгами, ужесточают конструкцию и делают стол более устойчивым. Царги в свою очередь наделяются функцией полочек, а не просто ребер жёсткости. В столовской мебели Эрика Дикмана более традиционные формы — стул с усложнённой конструкцией и плетёными из лозы сиденьем и спинкой, как это было исторический в домашней европейской мебели. Круглый обеденный стол массивен: столешница на крепком опорном стержне, консольно крепящемся к четырём кубикам-брускам: массивно и тяжеловато. Но «Веймар» отличается от последующего «Дессау» близостью к ремесленным технологиям, веймарские вещи тяжеловаты, в них только оттачиваются современные приёмы формообразования.

Можно и нужно искать новые формы, прежде всего для поиска собственных, как бы имманентно присущих предметам образов. Отказ от традиций может быть неоправданным, но он помогает двигаться к сущности вещей. Баухауз стал экспериментальной площадкой, близкой к промышленности. Здесь разрабатывали практически всю начинку материальной жизни тех лет. Хотя архитектурное образование как выделенная программа продолжалось недолго – один год, но выпускники и педагоги школы, владевшие идеологией и методами, неплохо занимались и архитектурой Брейер только один из них.

В разработках Баухауза преобладали прямоугольные формы, они воспринимаются, рационально и технологичны. Но баухаузовское формообразование основывалось на геометрической абстракции и супрематизме, то есть близких функционализму направлениях живописи, сознательно отказавшихся от аналогий с предметным миром и природными формами. Но дело не только в технологиях или товариществе (с голландским «Де Стил» и Тео ван Дуйсбургом оно было нервным и недужным). Геометрическая абстракция и супрематизм искали средства высказывания языком форм, цвета, строя композиций. С точки зрения беспредметных искусств дизайн также являлся искусством высказывания посредством семантических отвлечённых форм предметов.

«Конструктивистский стул» (1923) Марселя Брейера. Он прочный, достаточно эргономичный. У стула усложнённая конструкция, своего рода манифест нового формообразования. Форма свободна от «стульевых» шаблонов: подлокотники, опорные ножки-стойки, каркас спинки – вся структура существуют как пространственная игра,

заданная автором. Стул запоминается непривычной конструкцией, внутренней напряжённой игрой рычагов. Прежде мебель должна была быть тектоничной и устойчивой, столы повторяли архитектурные «стоечно-балочные» конструкции. Здесь читается конструктивный экстремизм современной архитектуры.

Стул Брейера, как и одновременная архитектура, использует выносы консолей – главный приём современных конструкций. Форма открытая, отдаленно напоминающая сидящего человека с распростёртыми руками, но только потому, что присутствует назначение разработки – человек, а не рациональная «функция». Отметим, что хороший функционализм не был примитивно утилитарен – он красив благодаря чувству пластики, конструкции, силуэта материалов и сценариев работы.

В кухонной мебели (как и в иной жилой) использована система модульных шкафов и столов, они собираются на основе размеров и габаритов, близких к сегодняшним. Все детали соподчиняются архитектуре, проёмам и пропорционируются. Отдельные предметы: табуреты, ящики могут располагаться внутри столов. Внутри навесных полок «живёт» всё разнообразие кухонных предметов. В отличие от комнат, в особенности от детской, кухня нейтрально-бесцветна, только крышки столов тёмно-изумрудного цвета. Более «конкретно» выглядят серые рамки, нанесённые на торцы каркаса. Баухауз двигался к нейтральной серо-белой гамме мебели с яркими цветовыми акцентами. И сегодня немцы широко пользуются схожей колористикой в жилых и общественных интерьерах, разнообразив покраску металлами, анодировкой, пластиком, чистым, тонированным в массе бетоном.

Баухауз задал такую траекторию проектирования мебели, в которой дизайнер связывает формы со сценариями их использования, проигрывает ситуации жизни объектов, его взаимоотношения с человеком. Как следствие такого анализа появляются новые предметы, в которых различные элементы и свойства определяют друг друга. Ни одну составляющую нельзя ни изъять, ни изменить без утраты целостности. В интегративности – важнейшая примета современного дизайна.

МАСТЕРА БАУХАУЗА

На начальном этапе студентов обучали преподаватели-технари, дававшие технологические навыки, и одновременно – художники, развивавшие образное мышление. Не всегда так получалось на практике, например, П. Клее предлагал студентам срисовывать его рисунки, что — ясный перец не развивает самостоятельное мышление. Но были и другие подходы и другие ситуации, например, в классе Й. Альберса, студенты которого в из бумаги выводили её непривычные свойства – жёсткость или эластичность.

Первые же выпускники владели и ремесленными и художественными навыками, и некоторые из них были оставлены преподавать уже как мастера-универсалы. Мастера – так именовали первых девяти выпускников, широко образованных и обученных преподавателей, собственно по первому поколению учителей и учеников мы и судим о школе.

Ласло Мохой-Надь (Моголи-Наги, László Moholy-Nagy, 1895, Боршод – 1946, Чикаго) – вообще-то он Ласло Вайс, Moholy-Nagy его псевдоним. Он попал в Баухауз по очередному «странному» выбору Гропиуса. До того успел родиться в Венгрии, получил юридическое образование, воевал на русском фронте и был в 1917 г. ранен, лечился в Одессе; участвовал в венгерской социалистической революции, вынужден был уехать после её подавления в Германию. Здесь сошёлся с художниками-дадаистами, да и сам был ещё раньше склонен к творческой рефлексии, абстрактной живописи, реди-мейд. Влияние на него оказали Л. Лисицкий и К. Малевич, он был, возможно, знаком с В. Маяковским. В начале 1920-х гг. русская левая (нефигуративная и производственная) культура была близка авангардной европейской молодёжи. Вероятно, В. Гропиус заметил его на выставках – у них был пересекающийся круг общения, в частности, общий знакомый Курт Швиттерс. В

1923 – 1928 гг. преподавал в Баухаузе. Если учесть экспериментальный характер школы, то понятно, как юрист, занявшийся творческими экспериментами, вещественными инсталляциями оказался в числе преподавателей – он был динамичным, разносторонне творческим экспериментатором.



Актовый зал в Баухаузе по проекту Ласло Мохой-Надя

Мохой-Надь как настоящий «мотор», «энергетический центр», непрерывно что-то изобретавший. Например, механический балет, утверждал, что дизайн – это, прежде всего свет, тогда как соотношение формы, пространства со светом – главная задача и проблема дизайна (отнюдь не функции, удобство или комфорт). Он не занимался собственно промышленным дизайном, скорее – исследованиями. Именно Мохой-Надь стал инициатором «Библиотеки Баухауза», в которой вышло 14 книг, ставших первыми книгами по теории дизайна. Более того, их макетировал сам Моголи-Наги.

Он стал и «отцом» кинетического искусства, работал, играя со светом, пространством, формой. Любя стекло и металл, подошёл к хай-теку в сегодняшнем массовом варианте (о настоящем смысле – в главе «Хай-тек»). Для него стекло и металл были не просто материалами: он искал их выразительные возможности, изучал эффекты, свойства, технологии, позволяющие материалам «жить», меняться. Мохой-Надь — один из пионеров типографики, фотоискусства, графического дизайна.

Приглашая в Баухауз преподавателей, Гропиус делал упор на личность, и, прежде всего, на личность с проектным типом мышления. Они создавали новое, не были конформистами, не были буржуазными людьми. Среди них были фанаты, гении. Поиск задач, новых форм и ценностей являлся основой их существования, и эту миссию они выполняли энергично. Мастера Баухауза, отталкиваясь от искусства и перерастая его, становились дизайнерами. Они были поэтами по натуре, и окружающий мир повседневной прозы, лишенный поиска и творчества, им был скучен. Однако они не уходили в брюзжание и словесную критику цивилизации, а предлагали её новое воплощение. Кредо этих творцов можно выразить словами, сказанными позднее японским дизайнером Кендзи Экуаном (правда, о себе самом): *«Я помогу людям обрести новую духовность через новое предметное окружение»*. Таким был костяк преподавателей Баухауза: ищущие и мыслящие люди. Они умели проблематизировать ситуации, но их мышление было художественно-образным и это уравновешивало рационализации, к которым жители XX века склонны. Школа стала возможной потому, что В. Гропиус привлек *лидеров*.

Йоханнес Иттен (1888, Зюдерн-Линден, Швейцария – 1967, Цюрих), швейцарский учитель математики, склонный к аналитике и занятиям искусствами, ставший теоретиком визуального восприятия. Гропиус познакомился с ним, когда у того уже была собственная художественная школа в Вене (1916 – 1919). Иттен, по свидетельствам, был запоминающимся оратором, проповедником, некоторые студенты Баухауза даже вспоминали о его монашеском виде. В Баухаузе работал с 1919 по 1923 гг., автор курсов пропедевтики и цветоведения, книг по основам цвета и началам композиции материалов. Покинул школу в результате конфликта с Гропиусом, выразившим опасения по поводу результативности педагогического метода Иттена.

Й. Иттен в большей мере сыграл роль в качестве теоретика цвета. Его теория была во многом эмпирической и не во всём соответствовавшей физике, в этом смысле не во всём актуальной. Например, основными цветами у него считались жёлтый, синий, красный, тогда как вся оптика и технологии выстроены на триадах Red, Green, Blue (красный – зелёный – синий) и Cyan, Magenta, Yellow (голубой – пурпурный – жёлтый; у нас в фототехнике иногда используется другой порядок наименований, но те же цвета). Иттен изучил большое число источников, важное влияние на него оказали **Йоган Вольфганг Гёте** и романтики. Первые попытки превратить суждения о цвете в теорию сделали Гёте и немецкий же художник-романтик **Филипп Отто Рунге**. Серьезные физические и оптические данные систематизировали импрессионисты и постимпрессионисты, сформулировавшие реальные принципы механического и оптического цветосмешения, связь цвета и света, но все они отталкивались от известных на тот момент физических знаний. До сих пор их идеи, таблицы, опыты мало осмыслены. В.В. Кандинский дал семантическую интерпретацию цвета, близкую к сегодняшним экспериментальным данным и Иттен, как и Кандинский, эмпирически исследовал психоэмоциональную семантику цвета.

Иттен сформулировал первую связную концепцию колористики. Он близко подошёл к научному пониманию оптики и семантики цвета. В области «цветоформ» и цветопсихологии это была больше эмпирика, в отличие, к примеру, от **М. Люшера**, опиравшегося на опыты и эксперименты. В своё время теории и «мантры» Иттена оказали большое влияние на дизайнеров, хотя бы в том, что обратили внимание на содержание цвета и механизмы цветового взаимодействия. В преподавании он использовал приёмы физические движения, взаимосвязь моторики и психики, что сегодня применяется в разных начальных школах, а в то время было редкостью. Иттен проблематизировал композицию как идеальный текст. Его целью был духовный мир, он претендовал на то, чтобы стать Учителем, лидером эзотерической секты. Тогда как Гропиус претендовал на изменение мира сущего и вынужден был лавировать внутри множества внешних требований и условий, отсюда резкий разрыв в 1923 г. с Иттенем. Вторую часть жизни (после Баухауза) Й. Иттен выстраивал собственную биографию, режиссировал историю своего влияния на дизайн и Баухауз.

Мастером-экспериментатором, много интересного сделавшим в пропедевтике, колористике, дизайне, живописи был **Йозеф Альберс** (1888, Ботроп – 1976, Нью-Хейвен, штат Коннектикут), один из первых учеников и создателей форкурса Баухауза, как и целого ряда удачных разработок.

Альберс принадлежал к прославленному поколению студентов-мастеров Баухауза, Мохой-Надь был его педагогом. Это поколение 1888 – 1889 годов рождения, приходило в дизайн из изобразительных искусств, прежде всего из живописи (прежде Альберс учился с 1913 по 1916 гг. в Берлине, в Королевской школе искусств, а с 1919 по 1920 гг. в Мюнхене у известного европейского мастера Франца фон Штука). Дизайн был для него не просто эстетической, но общественной потребностью, позволяя распространить искусство на всю среду жизни. Так же как Беренс и Моррис, Альберс по базовой подготовке был живописцем. Все они шли к профессии довольно сложным путём. Вероятно, не случайно

движение к дизайну живопись: ведь до дизайна и социальной ответственности нужно дозреть, тогда как станковые занятия вот они – рядом.

Это поколение людей попало в профессию, будучи сложившимися людьми, у которых была своя этика, некоторые прошли и религиозные школы. Так, Альберс поступил в Баухауз в возрасте 32 лет, до этого около восьми лет работал учителем начальных школ в Рурской области. Затем столько же осваивал живопись. Кстати, у фон Штука учились ещё два будущих педагога – Василий Кандинский и Пауль Клее.

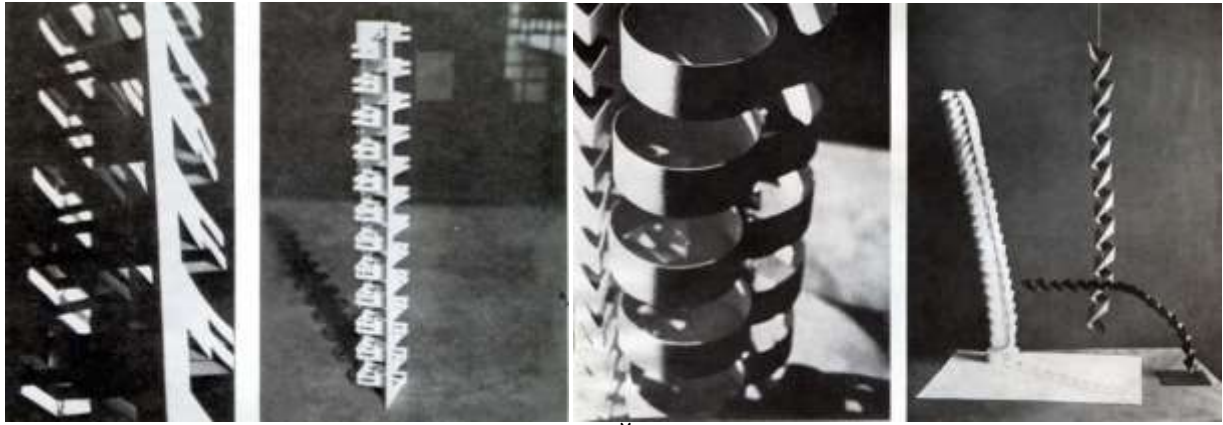
Альберс, как и мастера его поколения, создававшие Баухауз, был деятельной личностью и поэтом по натуре. Как и его коллеги-творцы, Йозеф Альберс сохранил активность на протяжении всей жизни (поколение долгожителей). Уехав, как и все в 1930-е гг. в США, он преподавал. В 1950 – 1960 гг. руководил школой Йельского университета, числящейся наиболее престижной в США, среди его учеников оказались две знаменитости – экспрессионист **Виллем де Кунинг** (тоже долгожитель) и создатель поп-арта **Роберт Раушенберг**. В поздние годы больше занимался живописью, колористикой и в США был известен скорее в этом качестве.

В основе инновационного формообразования мастеров Баухауза лежали этические и эстетические принципы, цели, ценности. Призыв в дизайн был связан с этикой (вспоминается девиз Венецианской бьеннале 2003 г.: «*Меньше эстетики, больше этики!*»). С точки зрения человеческой природы этика и эстетика взаимосвязаны: этические ограничения диктуются чувством красоты.

«Чайная пара» Й. Альберса: фарфоровое основание, плоская форма блюда (в современной посуде все чаще встречаются тарелки с плоским основанием, с едва заметным рельефом – в подобных формах мы начинаем ценить нюансы). Форма чашки с металлическими зажимами ассоциируется с современным стеклом, заданным Баухаузом. У чашки Альберса ручки цельные, одна из них расположена вертикально, другая – горизонтально (чтобы держать и поддерживать). Пространственный характер формы, её связь с рукой человека – важное свойство, как и её выразительность. Формообразование в «дессау» относительно «веймара» обновляется – больше вариантов, строже и геометричнее структура, формы эффектнее и технологичнее. На чём строились классические формы чайной посуды? На классической тектонике: основание, цоколь, тулово, шейки, «венчающая» часть, просматривалось трехчастное строение формы, устойчивая и законченная структура. В чашке Альберса тектоника носит более открытый и пространственный характер.

В «Вазе для фруктов» (1923) из стекла и металла (с которыми много работали в Баухаузе) Альберс исходил из конфликта свойств материалов: стекло прозрачное (дно), металл может быть эластичным, выполняет функцию каркаса, огранки, кожуха. Конструкция явно усложнена и интересна больше конструктивной экстравагантностью: три хлипких ножки-штырька на шаровидных опорах, связывающие стеклянное дно и металлическое кольцо. Шарик является основой для опор и врезается в стеклянный диск. Металлическое кольцо — рама, круглый край вазы; стеклянный диск — дно, воздушная подставка. Геометрика и форма этой вазы занимательны сами по себе и в какой-то мере конфликтны потенциальным фруктам. Форма механистична, но показывает отчаянность и свободу поисков.

Чрезвычайно интересны пропедевтические уроки Й. Альберса, не до конца оценённые. Может быть, потому, что после Баухауза главными занятиями Альберса были абстрактная живопись да преподавание. С 1923 г. (ухода Иттена) Альберс взялся за курс пропедевтики. Его курс служил не самоутверждению педагога, а развитию студентов. С точки зрения Альберса дизайн основывается на чувстве материала, на тщательном анализе его свойств и скрытых возможностей. Любой материал обладает явными и скрытыми качествами, которые надо исследовать и понять. Только благодаря этому можно открыть новые особенности и значит, новые возможности.



Аналитические упражнения Йозефа Альберса из бумаги

В упражнениях из бумаги появляется множество новых форм, вошедших в проектный лексикон. Что известно о бумаге? Плоская, мнущаяся, мягкая. Но у неё есть кромка, о которую редко кто не резался. Значит, бумага острая, следовательно – жёсткая? Если поставить на ребро – бумага обретает мощную жесткость, а не позволив гнуться, мы получаем конструкционный материал. Альберс со студентами первым стал делать трансформации из бумаги, от простых подрезок до кинетических и фрактальных структур – жёстких, эластичных, растягивающихся или статичных. Находки Альберса и его студентов, которые легли в основу трансформаций из бумаги во многих школах, сегодня сводятся лишь к ритмике – в лучшем случае к трансформациям, но не к выявлению особых – других возможностей. Сам Альберс в бумаге видел не столько ритмические ряды (это лишь композиционный приём), но открывал со студентами не присущие бумаге пружинистость, эластичность, жёсткость – это было внове и расширяло возможности не только бумаги.

При подсветке трансформаций образуются эффектные теневые рисунки (фотограммы Мохой-Надя использовали подобные эффекты, к ним прибегал и А. Родченко и многие современные фотографы). Ритмы подрезок из бумаги, найденные студентами Альберса, давно воплощены в архитектуре – в фасадах, пространственных структурах, графике. Но главное, что внес Альберс в пропедевтику – установка на выявление неявного, «дремлющего» в материале.

В человеческой природе – два вида потребностей: родовые и видовые. Одни нацеливают нас на охранение традиций – основы устойчивости жизни. Другие заставляют искать новое, изменять привычки и расширять опыт. Обе потребности необходимы: в природе состязаются виды жизни, роды живых организмов, формы материи. Без развития человек рискует оказаться внизу «цивилизационной лестницы». Быстрое или необоснованное (неукоренённое) развитие ведёт в бездну изменений. Остроумно продекларировал В.Е. Татлин: *«ни к новому, ни к старому – к нужному»*. Именно в проектной культуре осуществляются как охранительные, так и разрушительные потребности и опыты, его расширение и видоизменение. Баухауз и Альберс, в том числе, впервые осуществили рывок в направлении обоснованной и результативной методики расширения опыта.

Метод Баухауза становился аналитическим, был нацелен на то, чтобы проникать в суть явлений, изучать свойства материалов и реализовать их в проектных решениях.

Оскар Шлеммер (1888, Штутгарт – 1943, Баден-Баден), немецкий живописец, гравер, сценограф. Занимался живописью, сценографией, механическим балетом; читал курс лекций о человеке (1922–1929), целью которого было знакомство *«с человеком в совокупности его бытия»*. Создал эмблему Баухауза (1923), занимался вместе со студентами настенной и станковой живописью, экспериментами со скульптурой и рельефами. После прихода фашизма жил в деревушке под Баден-Баденом, подрабатывал живописью.

Пауль Клее (1879, Мюнхенбухзее, под Берном – 1940, Локарно), швейцарский художник-сюрреалист («инфантильный сюрреализм»), преподавал в 1921–1933 гг. пропедевтику, работу с материалом, композицию студентам-текстильщикам. Живописец, в Баухаузе занимался текстилем. По воспоминаниям студенток (текстилем занимались преимущественно девушки), процесс обучения заключался в том, что Клее на доске рисовал композиции из пятен, линий, переплетений, а студентки их перерисовывали.

Василий Васильевич Кандинский (1866, Москва – 1944, Нейи-сюр-Сен), живописец, создатель программы аналитического рисунка, автор теории цвета и форм, изложенных в книгах «Точка и линия на плоскости», «О духовном в искусстве». В 1902–1914 гг. работал в Германии. В 1920 г. организовал в Москве вместе с новыми художниками ИНХУК – Институт художественной культуры, для *«аналитического и синтетического исследования искусства»*. Перешел из-за конфликта с коллегами по поводу стратегии института из ИНХУКА в ГАХН (Государственную академию художественных наук). Был директором музея новой западной живописи. С 1922 по 1933 гг. – профессор Баухауза. Разрабатывал учение об *«элементах формы»*. Вёл нестандартный «развивающий» курс аналитического рисунка, который по словам художника *«...развивал восприятие, обучая точности наблюдения и воспроизведения – не внешнего облика вещей, а элементов, из которых они созданы, их законов напряжения...»*.

Кандинский был человеком высокообразованным (музыкальная и художественная подготовка в Одессе, юридический факультет Московского университета, живопись осваивал у мюнхенского педагога Антона Ашбе, а затем у не менее известного Ф. фон Штука). Случайно ли он склонен был к теоретизированиям, творческому лидерству? Не касаясь художественной стороны его биографии, отметим, что «аналитические рисунки», заведённые им в Баухаузе, были уникальным заданием. Постановки натюрмортов, предлагавшиеся студентам, должны были развить у них пластическое, конструктивное и композиционное чувства. Нужно было не срисовывать, а анализировать строй, равновесие масс, линий и форм, визуальные векторы, массы предметов и их взаимодействие, выполняя графические штудии.

Марсель Брейер (Marcel Lajos Breuer, 1902–1981) закончил Баухауз и стал его мастером, деканом отделения мебели в 1924 г. Брейеру принадлежит большинство моделей баухаузовской мебели: столов, стульев, выполненных между 1920 – 1928 гг. (в 1924 г. на время покинул Баухауз, окончательно оставил его в 1928 г.). **«Конструктивистский стул»** (1922), **«Василий»** (1925, выпускается до сих пор итальянской фирмой Cassina); система трубчатых металлических столов со стеклянным или лакированным топами **«В9»** (1925) и множество других вещей.

Он создал некоторые интерьеры домов преподавателей (В. Гропиуса), мебель для них. По сути, Брейер и его коллеги сформировали прототипы «дизайнерских интерьеров» XX в. Кресло «Василий» и сегодня воспринимается символом Баухауза и в целом дизайна, хотя Брейер опасался, что как раз навлечёт на себя жёсткую критику за усложнённую и не вполне технологичную форму.

В Дессау сложился классический стиль Брейера: основа мебели – трубчатый каркас, сиденье и спинка из текстиля. После роспуска Баухауза многие уехали – кто в СССР, кто – в США. Брейер в США создал «Новый Баухауз», преподавал, стал архитектором, продолжал мебельные разработки, не такие блестящие как в неметчине.

В мебели, спроектированной в Баухаузе, заметна разница между «веймаром» и «дессау». В Дессау лучшие образцы новой мебели разрабатывал больше других именно Брейер. Его веймарская мебель претенциозна и громоздка. Он прошёл эволюцию от простеньких разработок веймарского времени к совершенным прототипам современной массовой мебели.



Лучшая вещь – кресло «Василий» (1925). Это абсолютная классика дизайна. До сих пор выглядит современным. Сначала такое трубчатое кресло было сделано в единственном экземпляре для В. Кандинского, причём сделано в Париже, во время кратковременного бегства. Кресло перекликается с одновременной похожей работой Ле Корбюзье. У Брейера форма законченной, интересней, совершенней. Дальше появилась небольшая тиражная серия в берлинских мастерских, а с 1928 г. кресло «Василий» стало выпускаться фирмой «Thonet («Братья Тонет»)). В наше «статусное» время выпускается обычно в коже: есть как мебельные версии, так и уменьшенные макеты, практически в ту же цену.

На трубчатом каркасе до сих пор выпускаются брейеровские стулья, табуреты, столы – в том числе «матрешки» (схожая цветная деревянная «матрёшка» раньше появилась у Альберса). Если посчитать дубли, клоны, версии стульев, созданные «по мотивам» Брейера в разных странах, то стулья с использованием трубчатого каркаса – одни из самых массовых. Выпускалась также версия, к гнутой петле каркаса которой крепились сиденья и спинки из плетёного камыша на деревянной раме. Этот стул явился предметом спора с **Мартом Стамом** о приоритете, неясность сохраняется. Станным образом ряд брейеровских вещей сопровождаются вопросами о первенстве: они запоминаются ярким характером и то ли безотчётно воспринимаются как собственные, то ли Брейер удачно адаптировал чужие идеи. Март Стам был автором трубчатого стула с фанерными сиденьями и настаивал, что версии с плетёными сиденьями также были предложены им.

Гропиус стремился к реализации разработок, и действительно, ряд проектов покупался предприятиями и ставился на поток. Некоторые проекты сопровождались информационными кампаниями, акциями – Гропиус поступал как подлинный пропагандист идей школы. И, естественно, что преподавательские дома, в архитектуре и интерьерах которых целостно, подробно, зримо воплощались принципы «тотальной» архитектуры и дизайна, были лучшими воплощениями идей школы. В единых принципах свободного пространственного мышления выполнялась не только архитектура со свободным планом, консольными асимметричными формами, но и дизайн и колористика подъездов, жилых интерьеров.

Прихожая квартиры Гропиуса спроектирована М. Брейером. Дом был утрачен в войну, в 2010 г. восстановлен и церемониально открыт в присутствии президента Германии Йоахима Гаука. Любимый дизайнер Гропиуса разработал интерьер прихожей. Она обстроена вертикальными шкафа-стенками под потолок и антресолями над дверьми. Внутрь врезаны цветные двери, структура пространства усложнена разноцветной

«опанелкой» дверных коробов и накладными плинтусами. Пространство цельное, хорошо структурированное.



По проектам Брейера изготавливалась большая часть мебели: столы, табуреты, стеллажи, стулья. Жилые комнаты, например, квартира Мохой-Надя, решены просто, продуманно. С них начинается подлинно современный интерьер. Пространство делится на условные «зоны» деятельности и общения. Потолочные светильники на шинах позволяют менять свет. Пространство не загружено вещами, разгораживается невысокими шкафами-стеллажами. Из декоративных аксессуаров – простого рисунка цветные ковры, цветные подушки, крупные беспредметные картины. Пространство чистое, в какой-то мере оно структурируется цветными плинтусами, профилями, выявляющими его трёхмерность.

В интерьерах находит применение своего рода световая и цветовая партитуры. Света вообще много и он разный при естественном и искусственном освещении. Казалось бы, всё известно про свет. Сегодня далеко продвинулось проектное образование, интерьерная практика, но редко встретишь такую поэтику света, пространства, материалов: стекла, металла, дерева, пропорций интерьера – среды, как в интерьерах преподавателей. Здесь сказалось влияние Мохой-Надя, который настаивал, что основа и цель дизайна — дух, красота, свет, чистота. Большие остекленные поверхности, стеклянные двери на балконы.

В интерьерах много вещей, «открытых» **Вильгельмом Вагенфельдом** (Wilhelm Wagenfeld, 1900, Бремен –1990, Штутгарт), выпускник Баухауза, ставший мастером, разработчиком классических вещей из металла и особенно – стекла. Многие его разработки производятся до сих пор, например, чайная стеклянная посуда или настольная лампа «WG 24» на металлическом или стеклянном основании. Разнообразные контейнеры для посуды – прототипы множества современных предметов и их модификаций. Использование стекла в современной жизни мы обязаны именно Вагенфельду. Он относится к той же категории художников, какими были лидеры школы. На сайте современного «Дома-музея Вагенфельда» вынесены его слова: *«Имя необходимому может быть только прекрасное», потому что всё, в чём мы могли бы нуждаться – это прекрасное, оно наполняет смыслом наши ощущения».*

Формы предметов, разрабатывавшихся дизайнером, просты и цельны. Чайная посуда практически неизменна. Чайники – немного приплюснутые сферы со стеклянными ручками, «эргономичными» носиками и внутренними стаканами для заварки. Чайники и чашки выявляют подлинный цвет напитков, подчёркивают их естественную красоту и визуальную роскошь. Перфорированные стаканы облегчают заваривание и последующее очищение чайников.

Знаменитая «**Настольная лампа WG 24**» (1923 – 1924) существует в двух версиях – с металлическим полированным основанием и стеклянным (в названии как раз отражена

последняя и самая распространённая версия — стеклянная). Открытость формы и конструкции Вагенфельд угадал прежде многих других, одновременно с Мисом ван дер Роэ («Проект стеклянного дома», 1919) и С. Эйзенштейном, мечтавшим снять одноимённый фильм. В конце XX в. «прозрачность», «опрозраченность» станут важнейшим трендом. Вагенфельд пришёл к прозрачности и стеклу, отталкиваясь от желания раскрыть конструкцию, структуру формы, «начинку», и он опередил своё время, оказавшись нашим современником через 90 лет.



Марианна Брандт (Marianne Liebe-Brandt, 1893, Хемниц –1983, Кирхберг, Саксония), ещё один из долгожителей времени коротких судеб. Имея до-баухаузовское образование, училась у Мохой-Надя, стала одной из первых мастеров-классиков. Преподавала до 1929 г. Разработанные М. Брандт изделия из металла, в т.ч. светильники, чайные и кофейные сервизы, стали классикой дизайна, выпускаются до сих пор (на аукционе 2007 г. заварочный чайник «Model № МТ49» был продан за \$361 тыс.). Одна из создательниц фотомонтажа, фотограф-новатор – яркий дизайнер-художник, она разработала многие предметы, ставшие классикой современной культуры. Первые её вещи излишне формальны: сферические чайники с необычной плоской четверть-циркульной ручкой очень эффектны – как пространственная скульптура или игра супрематических вертикальных и горизонтальных сфер, цилиндров, сегментов объёмов и плоскостей. Предметы не вполне функциональны: чайники спроектированы для открытого огня, поэтому на столе они ставятся в крестообразные подставки. Держать чайники за плоские ручки-полукружия небезопасно.



Чайник Марианны Брандт, текстиль Баухауза и детская качалка Петера Келлера

Следующие версии форм стали более эргономичными, функциональными, усложнились детали (например, сливы носиков), и эти зрелые разработки остаются современными.

Часть разработок Баухауза стала основой мирового дизайна. Не той классикой, на которую ссылаются, чтобы показать «как надо делать», а классикой, которая закономерная и привычная часть сегодняшней жизни.

Использование приёмов поэтики как и функциональных установок, социальная ответственность и открытие природы вещей помогло Баухаузу создать за пятнадцать коротких лет современный дизайн. Всё, что было после Баухауза – модификация его принципов, вращение вокруг его форм и идей.

После роспуска Баухауза идеи не растворились. В Америке Брейер создал новый Баухауз, Гропиус открыл похожую школу. Выпускники распространяли опыт школы в европейских странах, после войны в Германии появилась Ульмская школа, продолжившая Баухауз. Здание Баухауза-Дессау используется дважды реставрировано и отнесено к мировому наследию ЮНЕСКО.

Каким образом в 1925 г. в разорённой Германии появилось огромное здание Баухауза, как его мастера умудрялись выживать и работать? Возможно, это происходило потому, что Гропиус был авторитетным человеком. Существовал «Круг друзей Баухауза». Поддержка школы в разоренной войной и революцией нищей Германии была связана с близостью этого эксперимента известным авторитетным передовым мастерам культуры, науки. То, что проектировал Баухауз, предназначалась обществу, стране, культуре и предприятиям, а не только выставкам и личному тщеславию. Общественные обязательства, принятые на себя студентами и преподавателями школы, приводили к тому, что качественно сделанные необычные предметы находили спрос. Но Вальтер Гропиус был умным пропагандистом своих идей: вокруг достижений школы создавалась разнообразная информационная среда — презентации, выставки, конференции, издания.

Баухауз существовал в сложных условиях — в стране в 1919 г. произошла ноябрьская революция, установилась на какое-то время социалистическая Веймарская республика (позже Баухаузу ставили в вину родство с ней). Многие люди в то время жили «с огорода». Гропиус и его сотрудники действовали мудро и технично, опираясь на всемирно-известных друзей: Альму Малер, Альберта Эйнштейна, лауреата Нобелевской премии драматурга Герхардта Гауптманна, Марка Шагала. Личная история Гропиуса была полной потерей, в какой-то мере Баухауз был для него реваншем у жизни.

ЯЗЫК НОВЫХ ФОРМ

Как же могло случиться, что относительно быстро возникла культура, обладающая универсальной ценностью, не столько формальной, сколько ценностной и методологической? Возможно, как результат интереса к природе и науке. Начиная с XV в. многие явления и новшества в искусствах подпитывались этим: оболочки соборов и светских сооружений, понимание цвета в импрессионизме, формы в модерне.

В художественной культуре и прежде были продукты, выделявшиеся чистотой, простотой, формальной красотой, интегральной – не механической цельностью, своего рода синестетичностью и «природностью». Такие феномены случались и в классическом искусстве, например, «Троица» Андрея Рублева – совершенный идеал чистоты, органики, глубины, соответствия времени и задачам. В предметном мире существовал белый веджвудский фарфор начала XIX в., американские пишущие машинки, древнерусские игрушки-головолонки шершунки и тонетовские венские стулья... Лабораторная посуда близка во всех смыслах той модели дизайна, которая раскрылась в Баухаузе и превращалась в основную.

Шаг в сторону «чистого» дизайна сделал и Уильям Моррис, сформулировав идеологию простой функциональной красоты, опирающейся на природу, или австриец **Адольф Лоос**, пропагандировавший чистые формы и убедивший современных архитекторов и дизайнеров в том, что орнамент, декорирование форм – дикость и «преступление». Но украшения должны быть чем-то заменены, а не просто исключены. В предложенных Лоосом обстоятельствах, при которых «орнамент = преступление», только и мог начаться поиск новых средств: ритмов, объемно-пространственных решений, колористики, материалов и фактур.

Со времени деклараций «практической красоты» (Г. Земпер, У. Моррис, А. Лоос и др.) прошло немного лет, сравнительно с временем истории. Архитекторы и художники стиля «модерн» не только придумали новые формы: никогда прежде их не было введено в художественный обиход столько и таких, как в период между 1890-м – 1910-м гг., и это облегчало задачу поиска нового языка современности. Менее заметно то, что крылось в подтексте, в «коде» модерна: метод выведения формообразования из научного и эмпирического осмысления природы. Так, один из главных формальных приёмов модерна, называемый иногда «удар бича» («удар кнута») — не столько наблюдение «из жизни пастухов», но в большей мере закономерность взаимодействия различных по физическим свойствам сред, а также растений в особых ситуациях. «*Природа – учитель всех учителей*», говорили и в XVI, и в XVIII, и в XIX, XX веках.

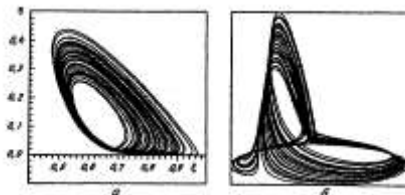


Рис. 1. Странный аттрактор, соответствующий установившемуся режиму в модели, описывающей колебательную химическую реакцию. Точка, определяющая состояние объекта, принадлежит трехмерному пространству (математика говорит, что фазовое пространство этой динамической системы трехмерно). Представлены проекции аттрактора на две различные плоскости.



«Странные аттракторы» из книги «Синергетика и прогнозы будущего» С.П. Капицы, напоминающие орнаменты стиля модерн

Крестным отцом Баухауза считается бельгийский архитектор **Анри ван де Вельде**, архитектор стиля «модерн» (югендстиль). Он принадлежал к поколению художников-реформаторов. Для них не было принципиальной разницы между архитектурой (объемом) и всем, что внутри и вне здания. Эти разносторонние художники рассматривали архитектуру как универсальный вид деятельности, охватывающий всю среду жизни человека и тесно переплетённый со всеми искусствами – в этом смысле модерн стал стилем, неожиданно возникшим после почти столетия художественной вторичности и пустоты XIX в. Все искусства обладают своей спецификой, но существуют по общим законам: меры, соответствия, красоты. Все используют близкие приёмы поэтики, образные метафоры и являются суммой идей, эмоций, значений – текстом, потому-то так легко в новейшем времени диффундировали архитектура, дизайн, декоративные и станковые искусства, технологии, а мастера, освоив ряд дополнительных навыков, легко работали в смежных квалификациях. Ван де Вельде провел эксперимент на себе, как и многие из этого поколения. Будучи человеком цельным, построил собственный дом, в котором всё спроектировал сам. Всё, включая халат жены и её украшения, были сделаны в стилистике модерна – то есть в стилистике, приближенной к природе, близким естественным процессам и закономерностям, а не образцам прошлого.

И Ван де Вельде, и Моррис, и деятели Веркбунда и много других социально ответственных мастеров понимали, что современный предметный мир нуждается в том,

чтобы его пересоздавали личности, самобытные художники, а не украшатели и эпигоны. Создатели дизайна не отрицали искусства, воспринимали создаваемую ими проектную культуру как искусство нового рода – «искусство писать и читать мир на языке предметов». Из модерна с его чрезмерной красотой, позже казавшейся избыточной и приторной, мастера эволюционировали в направлении функционализма. Они осваивали искусство нефигуративного высказывания, отвлечённого от «изображения» предметного образа. Сохранились пространственные схемы модерна, но менялись формальные приёмы. Менялся язык, «лексика» опиралась на выразительные возможности пространства, света, цвета, материала, на семантику и синестетические ассоциации.

Построенная в 1913 г. В. Гропиусом и А. Мейером фабрика «**Фабус**» в Альфельде и построенный ими павильон на выставке Веркбунда, стали декларацией новой эстетики. В зданиях использовались сложные ритмические решения, стекло, что позволило открывать конструкцию, чередовать открытые и закрытые пространства. «Декоративными» стали сочетания материалов: стекла, кирпича, металла и игра их свойств. Формы, пространства и поверхности стали работать как неизобразительные – выразительные средства, а не поверхностные «мотивчики» из привычных. Один из красивых моментов этой архитектуры – лестницы, заключенные в стеклянный объём.

Значение Гропиуса в том, что он не ограничился архитектурой, а начал поиск единого языка для всей архитектурно-пространственной среды – от города до отдельной вещи. В этой «тотальной» среде совершился разрыв с традиционной пластической культурой, ориентированной на канон, прототип, образец, на архитектурный ордер и украшение поверхности. Разрыв кажется предопределённым, поскольку прежний язык архитектуры и декоративных искусств утратил силу, энергию, красоту и актуальность; в нём не осталось ничего, что говорило бы о жизни, движении, энергии бытия. То, что выставочный зал, вокзал или небоскрёб странно выглядят в готической стилистике, понятно было давно. Модерн помог выйти из прокрустова ложа стилей и стилизаций.

Новый стиль функционализм (он станет стилем, а не направлением или манерой) начал искать имманентные формы для электроприборов и инженерных разработок, которые прежде в лучшем случае могли быть «улучшены» орнаментом. Прежние приёмы не позволяли создавать идентичную среду быстро меняющейся жизни. Не случаен призыв В. Маяковского: *«Пока канителим, спорим, смысл сокровенный ища: «Дайте нам новые формы!» – несётся вопль по вещам!»*

Долгое время в пластической культуре существовало единство форм и целей. Её (культуры) развитие на протяжении нескольких тысячелетий ослабляло взаимосвязь между назначением и формами искусства. В период от Древнего Египта до греческой и римской архаики существовал **синкретизм**: неразрывная, нерасчлененная целостность. Во время греко-римской античности потребовался **синтез**, то есть осознанное связывание, подчинение элементов внешних форм и форм внутренних (текста, смысла, идеи). Синтез – соединение и подчинение друг другу того, что может существовать и отдельно. Особенной стадией синтетичности была римская культура, в которой связь между внешней формальной «роскошью», стилевой грамотой и «внутренним» содержанием архитектуры, скульптуры, живописи могла отсутствовать. Известный пример – римская архитектура, в которой ордер, колонна утрачивают конструктивный смысл. В римских портретах роскошные причёски, величественные образы часто смехотворно не соответствуют «начинке» – внутренней природе портретируемых. Готика точно выражала идеи коммунальности (многообразия, множества в единстве). Классицизм и отчасти барокко заморозили разрыв между внешним и внутренним, смыслом, значением и их внешним обликом. Всё должно быть как нужно, то есть пристойно.

В конечном счёте, усиление разрыва между сущностью и внешностью коренилось в цивилизации. Философы XIX в. описали разорванность бытия, отчуждение человека от себя самого, результатов труда, от природы, искусства, морали (Гегель, Маркс и др.).

«Отчужденный» человек в условиях «разорванного» бытия теряет природную целостность. Все качества, формы, явления взаимосвязаны, но могут и существовать разрозненно – безотносительно друг друга, в форме имитации. Цельность греческой античности или древнерусской архитектуры осталась в далеком прошлом. В прошлом остались соответствие внешнего и внутреннего пространств в архитектуре (например, в классических древнерусских владимирских храмах), соответствие облика идее и цели.

«Разорванное сознание» стало приметой Нового и Новейшего времени. Одним из первых это отметил Диего Веласкес, его «Венера перед зеркалом» – симптом такого разрыва: изображена элегантная горожанка с крестьянским, простым и милым лицом, которое видно лишь в зеркале. Лицо – «зеркало души», но «душа» не совпадает с «телом». В художественной культуре, пришедшей после Возрождения, утилитарные нужды (план и назначение помещений, форма бытовых предметов) могли быть заключены в любые объёмы и формы прошлого. Широкое использование украшений – орнаментов, декоративных росписей, скульптуры стало нормой. И обычно не совпадало с конструкцией и функцией. Декорация призвана увеселить, украсить, скорректировать впечатление от объекта, чья форма могла быть любой, самой примитивной. Структура и форма предметов для быта не отличались от архитектурных: работа «в стилях» была нормой накануне появления проектной культуры.

Понимание греческих принципов соответствия («калокагатии») внешнего и внутреннего, содержания и выражения, соответствия места, времени и обстоятельств уже было утрачено. «Грандиозный маскарад в камне и штукатурке» – так кто-то охарактеризовал мировую архитектуру, и эта ироническая формула отражает материальную культуру прошлого, и сегодня не многое изменилось. Характер «маскарада» определяется пристрастиями проектировщиков и заказчиков, но гораздо больше стихийными канонами.

Эта ситуация не соответствовала развитию цивилизации. В культуре речь шла о кризисе развития. Появились новые социальные феномены и функции: общественный клуб, фабрика, вокзал, радиостанция или кинотеатр; много новых технологий: электричество, телефон, радио, авиация, фотография или кино и т.д.; новых профессий, организационных форм. Ордерная декорация, как и вообще декорация, скомпрометировали себя: из десятилетия в десятилетие повторялись одни и те же «мотивчики» из прошлого. Как будто древние могли изобретать, а новые люди – только повторять.

Новейшие архитекторы, их ещё определяют как «современные архитекторы» (не стиля «модерн», а именно современные, то есть начала XX в.) вводили в обиход новые решения. В конструкциях – каркасы и консоли, «конструктивная драматургия», плоские кровли, огромные плоскости, а теперь и объёмы остекления. Меняется этика проектирования: появляются понятия художественной честности, открытости, возрождаются категории соответствия и меры. Начинается экстерьеризация внутреннего и интерьеризация наружного пространств за счет их открытости, соединения.

Одновременно появляется третий принцип соединения форм и смыслов (наряду с синкретизмом и синтезом) – **синестезия**. Впервые идеи синестезии, то есть умножения смыслов и значений форм за счет широких ассоциаций, переноса свойств одних явлений на другие появились в романтизме. Он начал поиск многослойных глубинных ассоциаций в цвете, свете, строе композиции. Лишь в XX веке утвердился термин «архетип», эмпирически просветители и романтики осознают, что значение цвета, ритма, строя художественного произведения больше, чем видимый смысл формы. Поэзия символизма вышла на своего рода «предпроектность», то есть понимание глубинного смысла художественных средств. Приведем пример – стихотворение лидера символизма **Шарля Бодлера** в переводе **Ирины Озеровой**. В этом стихотворении создан мир, атмосфера которого больше сюжета стихотворения, по сути – проектный образ: «Дитя, сестра моя! | Уедем в те края, | Где мы с тобой не разлучаться сможем, | Где для любви – века. | Где даже смерть легка, | В краю желанном, на тебя похожем, | И солнца влажный луч | Среди

ненастных туч | Усталого ума легко коснется | Твоих неверных глаз | Таинственный приказ – | В соленой пелене два черных солнца. | Там красота, там гармоничный строй, | Там сладострастье, роскошь и покой. | И мы войдем вдвоем | В высокий древний дом. | Где временем уют отполирован, | Где аромат цветов | Изыскан и медов, | | Где смутной амброй воздух околдован, | Под тонким льдом стекла | Бездонны зеркала. | Восточный блеск играет каждой гранью. | Все говорит в тиши | На языке души, | Единственном, достойном пониманья. | Там красота, там гармоничный строй, | Там сладострастье, роскошь, и покой. | В каналах корабли | В дремотный дрейф легли, | Бродячий нрав их – голубого цвета, | Сюда пригнал их бриз, | Исполнить твой каприз | Они пришли с другого края света. | – А солнечный закат | Соткал полям наряд, | Одед каналы, улицы и зданья, | И блеском золотым | Весь город одержим | В неистовом предсумрачном сиянье. | Там красота, там гармоничный строй, | Там сладострастье, роскошь и покой».

Символизм стал тоннелем в новую образность. В ней точно найденные связи простых средств умножали эмоциональный эффект, малым передавалось большое.

В начале XX в. наряду с изобразительным искусством складывается искусство выразительное – абстрактный экспрессионизм и геометрическая абстракция, супрематизм и неопластицизм. «Натуроподобие» из культуры не уходит, но приходят отвлеченные от природы формы, ритмы, массы, фактуры, цвета и т.д. В новой культуре содержанием «художественного текста» являются ассоциации, архетипы, воспринимающиеся безотчетно. Современная эстетика была обоснована Вильгельмом Воррингером в работе «Абстракция и вчувствование». Это была диссертация, сочиненная в 1907 г., изданная книгой в 1908 г. Она стала чрезвычайно популярной, почти что настольной книгой домохозяек, а в творческой среде спровоцировала новый взгляд на искусства. Языком современности становится язык абстрактных высказываний и ассоциаций. В архитектуре он оправдывает беспредметную выразительность, утверждает язык дизайна как искусства создания утилитарных нефигуративных форм-ассоциаций.

«Техническое» становится и «эстетическим», в том числе благодаря использованию новых материалов – их прочности (конструкционные материалы), прозрачности (стекло), текстурам (облицовочные плитки, различные варианты дерева, керамики, бетона) и способности изготавливаться промышленно за умеренные деньги.

Стена-поверхность превращалась в экран, открытый или закрытый по мере необходимости. Внутреннее пространство превращалось в зрелище самобытных форм, в своего рода сценографию. Начиналась «дематериализация» архитектуры и даже деперсонализация. Архитектор строил процессы и сценарии жизни, а не величественные памятники философии и эстетики.

В искусствах ценится честное, деятельное мышление, конструктивное и вещественное. Не все приняли этот культурный вираж, поскольку уж слишком крут он был и означал радикальный слом в принципах, в философии вещей и объектов. Дизайн и современная архитектура воспользовались средствами, найденными в «отвлечённых» искусствах.

Гропиус сформировал аналитическую педагогическую методику (заметим, первые аналитические методики сложились внутри живописного образования: школы Павла Петровича Чистякова, мюнхенского педагога Антона Ашбе). Мастер (студент) должен был осознавать смысл, внутреннюю жизнь и сущностные особенности людей, природных процессов. Благодаря системе тренингов в курсе пропедевтики (изучение свойств материалов, выразительных особенностей материалов, композиционных и конструктивных требований) и появлялись инновационные формы.

Гропиусу принадлежит вышедшая у нас книжка, очень важная. Её иногда открывают поздно, когда начинают работать и понимают, что приёмов ремесла недостаточно. В ней свежие мысли: о старой культуре и современной, о традиции, преемственности и о том, как развивать творческие способности и проектировать. Называется книга «Границы

архитектуры». Гропиус – автор термина «тотальная архитектура». Модель Баухауза содержала в себе несколько установок, попробуем их ещё раз вычленивать, безотносительно к Баухаузу, взглянув на них как на общие принципы проектирования:

1). *Единство всех видов проектной деятельности* – архитектуры, мебели, керамики, стекла, металла, полиграфии. За счет чего оно достигается? За счет того, что интегрирующей профессией является архитектура, и чтобы союз дисциплин состоялся, все на определенном этапе обучаются вместе. Можно объявить: «Ура! Да здравствует единство!» Но каждый замыкается в своей мастерской, занимается у своего преподавателя, которого учили по традиционным методикам. Не случайно, сегодня даже станковист одной школы не понимает выпускника другой. Архитектор, допустим, учившийся в Минске, мыслит иначе, чем архитектор из Екатеринбурга, и оба они не понимают архитектора из Берлина. Единство и сегодня отсутствует, мы живем в разорванной цивилизации. Хотя опыт широко образованных мастеров говорит о необходимости широты мышления и универсализме творческих методов и результатов.

2). Профессия должна опираться на *единство интеллектуальных, социальных и художественно-творческих начал*.

3). Основой единой методики стала разработка *аналитических способов преподавания и творчества*. Аналитическая методология предполагает погружение в существо предмета или проекта, осмысление проектных целей и задач. Только в таком процессе возможно открытие имманентных, внутренне присущих вещам свойств и процессов. При таком подходе проектные приемы, технологии кроются внутри вещей и явлений.

Что получается, видно по бумажным трансформациям Лотты Герсон (Lotte Gerson) и других студентов, выполненным ещё в Баухаузе-Веймаре в форкурсе Йозефа Альберса, показанным выше. Да и поток новых форм, определивших векторы проектирования, подтверждает справедливость свободной аналитической системы работы. Инновации рождались из опытов, а не из привычек.

4). Еще один фактор – единство ремесла, технологий и искусства, творческих сверхзадач. Чтобы действовать в современном обществе, мастера должны быть всесторонне подготовлены. Но «всесторонне» входит в противоречие с цельностью. Первым студентам Баухауза преподавали специалисты разных цехов, в том числе технологически грамотные, знакомые со стекольным производством, металлообработкой, промышленными способами выпуска продукции и т. д. Плюс – станковисты, живописцы, графики. Первые выпускники Баухауза были синтетичными мастерами. Марианна Брандт, Вильгельм Вагенфельд, Марсель Брейер получили художественную и технологическую подготовку. Они были носителями новой целостности. Перед ними стояла задача формирования единой предметной среды на началах искусства и с учетом технологий массового производства.

5). *Развитие творческого, креативного мышления*, способностей должно было создавать новое, учить видеть вещи и проблемы, формы и процессы, чтобы переустраивать жизнь.

Ориентация на образец – проблема. Дизайн основывается на инициации, личном действии, личном поступке. Здесь важен не круг освоенных дисциплин, а проектные действия, решающие проблемы.

Проектная цепочка выглядит так: первый шаг – признание того, что предшествующий опыт не может решить проблем. Далее – исследование проблем и задач, в том числе и предшествующего опыта. Следом – совместное творчество, в том числе разных специалистов; критика и самокритика, моделирование ситуаций и процессов, их проверка в опытных обстоятельствах...

Баухауз занимался разработкой вещей в широком смысле, от журнала и сцены до жилого района, он проектировал всё, более того, реализовывал через промышленность. На первом плане стояли социальные идеи, стремление к переменам, в полном соответствии с

идеей Фридриха Шлегеля «энтузиазм есть принцип науки и искусства». Первая модель дизайна была не просто красивыми формами и не только самореализацией первых дизайнеров. Она стала Дизайном – моделью изменения общества, предметной среды, социальных отношений и ценностей. Её реализация продолжилась в Германии и других европейских странах во второй половине XX в.

СОВЕТСКИЙ ДИЗАЙН В 1920-Е ГГ. ВХУТЕМАС

Отечественный дизайн 1920-х гг. похож на хвост кометы, которая давно пролетела, но что-то ещё просматривается. Для того чтобы его изучить, и ста лет не хватит, хотя бы потому, что параллельно существовали разные линии развития, взгляды, судьбы и процессы. При русской традиции не придавать значения сиюминутному, при отсутствии многих свидетельств, равнодушии к авторству, склонности к «впечатленизму», ощущениям без анализов и документирования, он становится и мифом, и загадкой, и поводом для критики и спекуляций: где факт – не всегда и различишь.

В начале XXI в. везёт больше: о практике отечественного дизайна появилось много литературы, отдельные куски мозаики всплывают благодаря интернету. Есть статьи и капитальные монографии **Селима Омаровича Хан-Магомедова**: «Пионеры советского дизайна»; в последние годы вышло множество его публикаций: «ВХУТЕМАС-ВХУТЕИН» (2 тома), «Архитектура советского авангарда» (2 тома), «Сто шедевров советского архитектурного авангарда», серия из трех монографий «Конструктивизм — концепция формообразования», «Рационализм (Радио-архитектура)», «Супрематизм и архитектурный авангард», почти 40 книг о дизайнерах и архитекторах.

Есть книги **Владимира Рувимовича Аронова**, книги **Никиты Васильевича Воронова** [Российский дизайн. Т. I – II. – М.: Союз дизайнеров России, 2001; Воронов Н.В. Дизайн: русская версия. – М.; Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003], долгие годы преподававшего в Строгановке; **Сергея Михайловича Михайлова**, автора многих популярных иллюстрированных изданий; **Александра Николаевича Лаврентьева**, внука А.М. Родченко и В.Ф. Степановой, автора и инициатора изданий о дизайне 1920-х гг.; **Юрия Владимировича Назарова**, профессора и многолетнего руководителя российского дизайнерского союза. Осмысление советского дизайна продолжается. Время анализа обычно наступает при большом отдалении, но информация – уже повод для размышления.

Важную роль играют статьи и размышления оо отечественном дизайне. Этим статьям, опубликованным в 1970-е гг. – 1990-е гг., иногда не хватало полноты знания, но в них есть факты и гипотезы. Я имею в виду, например, статьи **Ларисы Алексеевны Жадовой** (1927 – 1981), давшей первые аналитические характеристики отечественного дизайна, и многих других авторов. В 2005 г. часть материалов переиздана в «Хрестоматии по дизайну» [Хрестоматия по дизайну : Учеб. пособие для вузов / Сост. Г.В. Вершинин, Е.А. Мелентьев. – Тюмень: Институт дизайна, 2005. – 1056 с., 872 ил.], в ней собраны аутентичные тексты или их существенные фрагменты, фотографии основных работ.

Довольно много книг о пионерах советского дизайна появилось в это же время за рубежом: венгерская книга о **Владимире Татлине**, иногда её можно встретить и на русском языке; книга **Софьи Христиановны Лисицкой-Кюпперс** (1891—1978), вдовы **Лазаря Марковича Лисицкого** «Эль Лисицкий. Художник, архитектор, типограф, фотограф». Книга переиздавалась на разных языках в разных странах.

Парадокс в том, что первые отечественные дизайнеры давно известны и популярны в Европе, но мало известны родине. Первая книга о Лисицком издана в Кёльне в 1958 г. (Хорст Рихтер: «Эль Лисицкий. Победа над солнцем»). Персональные выставки дизайнера проходили в 1965 г. в Базеле, Ганновере, в 1966 г. — в Лондоне. Интерес к нему в нашем Отечестве оживился в начале 1990-х гг., тогда прошли выставки и появились факсимиле его книг. До сих пор Лисицкий, как и его коллеги В.Е. Татлин, К.С. Малевич, А.М.

Родченко – почти таинственные фигуры, о которых многие слышали («что-то о приоритете русского дизайна»), но толком не знают. Многие работы пионеров советского дизайна попали в вечность, хотя авторы действовали по наитию: не было аналогов, прототипов, традиций и образцов. Решения, которые находили первые дизайнеры, до сих пор выглядят смело и современно. Не случайно в шоу открытия сочинской Олимпиады-2014 использованы фрагменты дизайна и искусства 1920-х гг. механически, как обёртки коллекционных конфет.

Основная литература о дизайне выходит на английском и немецком языках, даже о советском дизайне. Отчасти это связано с тем, что теоретически и практически дизайн появился в Англии в конце XIX в., не случайно он и лидирует до сих пор там в коммуникативной сфере и образовании. Отсюда и распространённость «английского» взгляда на историю дизайна. Второй дизайнерский язык – немецкий, ведь первый опыт адаптации дизайна к реальности был в Германии: в Веркбунде, фирме AEG, Баухаузе. Третья страна, подключившаяся к развитию дизайна очень активно во второй половине XX в., – Италия, о чём мы ещё поговорим.

В отличие от немецкого дизайна, ставшего реальностью уже при становлении, прагматичного и реального, российский дизайн оставил следы скорее виртуальные. Сегодня практики пытаются повторять скороспелые шрифты 1920-х гг., например, плохой шрифт-стилизацию «Родченко», а также приёмы бедного дизайнера: ограниченную цветовую красно-бело-серо-чёрную гамму, грубоватую экспрессию.

Вероятно, одна из причин неровного движения российского дизайна – в особенностях нашего культурного типа, который в последнее время определяется больше как «кинестетический» (эмоционально-чувственный), чем рассудочный; больше визуальный, чем аудиальный; а также эпилептоидный (глубинный, ценностный); больше «провинциальный», чем столичный, то есть «рационально-достиженческий». Европейские, американские дизайнеры более склонны к рационализациям, к словесным моделям и обоснованиям (силлогизмам). Российский тип к рационализациям недоверчив. Он открыт личным ощущениям и суждениям, личному опыту и наблюдениям; собственным ценностям и убеждениям, которые сложно менять в силу сильного личностного типа. *«Западный силлогизм нам чужд»*, – повторим слова Павля Яковлевича Чаадаева.

Разница культурных типов – проблема, важная не только для исследователей, но и для практиков дизайна в силу его интернационализации [подробнее: Касьянова К. О русском национальном характере. – М.: Институт национальной модели экономики, 1994. – 367 с.; Тромпенаарс Ф. и Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер // Пер. с англ. Е.П. Самсонов. – Мн.: ООО «Попурри», 2004. – 528 с.: ил.] Между «англо-саксонским» культурным типом и «русским» разница может быть в одних параметрах в 20%, в других около 10 – 13%. Данные учёных различаются, но очевидна разница в восприятии вещей, проектном мышлении. Российский культурный тип склонен к созданию идеальных конструкций и теорий, но мало озабочен их воплощением. Если для японца – *«в отношении к вещам – духовность нации»* (Кендзи Экуан), то в России пренебрегают бытом, материальные вещи обычно «барахло», «тряпье», «хлам».

Карл Кантор утверждал на присущем мыслителям онемеченном русском: проектность русской культуры проявляется в том, что *«духовный план бытия для неё вполне реален, что материальные блага для неё лишь средство, а не цель, что действительность возможности она предпочитает возможной действительности, в том, что вызревающие в ней проекты самоизменений есть для неё способ утверждения неизменности присущих ей порывов к совершенству, в том, наконец, что стремление к общечеловеческому счастью есть для неё настоящее, серьёзное, всеполагающее дело, которое не вполне согласуется с производственной эффективностью»*.

У многослойного процесса «советский дизайн 1920-х гг.» много источников – художественный взрыв начала века, то есть примерно 200 направлений искусств, через

которые пробивались радикальные идеи «делать жизнь» и «искусства вещи»: философские контррельефы 1910-х гг. и пространственные объекты; искусство примитивизма с его провокацией зрителя к сотворчеству; живопись и скульптура кубофутуризма с любовью к технике и современности в широком смысле и т.д. «Социальный романтизм», теории «пролетарской культуры» и концепция «производственного искусства» были почвой дизайна [Мазаев А.И. Концепция «производственного искусства» 20-х годов. – М.: Наука, 1975. – 271 с.]

Это странно – в эпоху беззастенчивого «консюмеризма» вспоминать антивещистский, аскетичный советский дизайн. Но и на старуху бывает проруха. Распространился «дауншифтинг», скепсис относительно гламура и потребительства, и из кладовки вынут первый советский дизайн. Он – не столько вещи, сколько идеи, значение которых вышло за пределы своего времени и которые оживают через 80-90 лет после появления. Уроки иногда важнее, чем предметные результаты, по крайней мере, если мы намерены двигаться.

Круг инициаторов советского дизайна разнообразен профессионально, с трудом поддается описанию, в том числе и потому, что участие многих в процессах российского дизайна было неоднозначным, а позиции часто противоположными. Противоположность идей, вражда при творческой близости – флаг не только российских 1920-х – 1930-х гг. «Недоговороспособность», вернее, самодостаточность – одна из черт «русского национального характера». Справедливее сказать, что в России создавался не столько дизайн, сколько проектная культура, призванная изменить все уровни жизни, а среди создателей были управленцы и общественные деятели, литераторы, искусствоведы и критики; художники-станковисты; архитекторы – рационалисты, функционалисты и конструктивисты, не говоря о собственно практиках дизайна. Плюс к перечисленным – теоретики, культурологи и социологи, близкие к проектной культуре, такие как **Осип Максимович Брик** (1888 – 1945), создатель теорий социального заказа, проповедник производственного искусства, литературы факта; **Борис Игнатьевич Арватов** (1896 – 1940), литературовед, выдвинувший концепцию «производственного искусства», то есть искусства утилитарного, идущего на смену чистому искусству и станковизму [Арватов Б. Об Агит и Проз искусстве. – М.: Издательство "Федерация", 1930. - 224 с.]; **Илья Григорьевич Эренбург** (1891 – 1967), автор одного из первых дизайнерских журналов «Вещь», который он кратковременно издавал в Берлине с весны 1922 г.; **Николай Николаевич Пунин** (1888 – 1953) – историк искусства, художественный критик, автор книги «Татлин» (1921) и статей о современной культуре, в том числе проектной.

В этой главе – избытие фамилий. Надо учесть, что сегодня всё чаще утверждается, что СССР вообще был первой в мире глобальным проектом, созданным талантом и инициативой огромного числа Дизайнеров, сделавших страну второй в мире по экономической мощи и первой с развитой социальной системой, образованием и культурой. Один из номеров журнала «Эксперт» (2011, № 30-31) посвящён очередным «забытым героям России»: фотографу Сергею Прокудину-Горскому, давшему панораму цветной России 1900-х – 1910-х гг.; создателю почвоведения Василию Докучаеву; создателю эффективного крестьянского хозяйства и академии Александру Энгельгардту; исследователю сельхозпроизводств экономисту Александру Чаянову; учёному-энциклопедисту и создателю биохимии Владимиру Вернадскому; строителям Транссиба и авторам плана ГОЭЛРО; создателю Магнитки и Норникеля Авраамии Завенягину; авторам первых бортовых компьютеров России и микросхем; наркому Георгию Чичерину, не только дипломату, но и автору лучшей книги о Моцарте; создателю используемой во многих странах Европы социальной медицины Николаю Семашко... Сегодня считается, что главное – формировать «смыслы», то есть создавать новые сущности. Этим полна была коробочка отечественного Дизайна.

Важнейшей целью 1920-х было создание системы идей, более исчерпывающих, чем простое проектирование предметов быта или графики. Такой подход ближе к

современному пониманию дизайна как проектной культуры или «проектной цивилизации», как Дизайна. Он опередил своё время и вышел в формат «социальной проектной культуры», внутри которой развивались «теория жизнестроения», «организационной науки», «теория систем» – актуальные концепции, которые в современной практике и культуре получают новые названия, маркировки и актуальность.

Конечно, было проектирование «вещей» в материальном смысле (от графики до крупных комплексных объектов), самобытных и инновационных. Были разработки предметов, сценография и кино-дизайн, рекламная графика, плакаты, журналы и книги, фотография, архитектура и урбанистика. Некоторые из проектов до сих пор берегут умы, притягивают отечественных и мировых архитекторов и дизайнеров – не зря в Россию заезжают Рем Кулхас, Заха Хадид, Фрай Отто...

Жизнь тех лет не поспевала за теоретическими моделями, в основе которых кипели «жизнестроительные» идеи, представления об искусстве как явлении, обладающем «организующей силой» (А.А. Богданов), вернее, она решала свои насущные проблемы. На этом фоне, понятно, утопичны были размышления, что Искусство (в широком смысле – все его виды) как квинтэссенция человеческого опыта является основой организации жизни. Слишком мощные интересы огромных общественных сил рвали на части историю, чтобы создавать новую жизнь по лекалам чистых теорий. И тогда, и сегодня жизнестроительные концепции диагностируют как «романтизм», «идеализм», «беспочвенность». Но возникают «самоорганизующиеся», «сетевые» сообщества и в идеализме 1920-х гг. обнаруживается рациональная составляющая [например: Клок К., Голдсмит Д. Конец менеджмента и становление организационной демократии. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.: ил.]

Автор концепции самоорганизации многосторонний пассионарий **Александр Александрович Богданов** (1873, Соколка Гродненской губернии – 1928, Москва) изложил её в работе **«Тектология. Всеобщая организационная наука»**. Оказалось, что идеи Богданова на десятилетия предвосхитили начала кибернетики, теории систем, «организационной демократии». В последние два десятилетия они стали предметом нового интереса, так как лежат в основе системной природы проектирования.

«Всякая задача в технике, в экономике, в сфере духовной культуры, есть задача организационная и притом социальная», – убеждал А.А. Богданов не только трактатами, но и своей короткой яркой жизнью, полной инициатив, в том числе исследованиями в такой специфической профессиональной области, как гематология и геронтология, созданием Государственного научного института переливания крови (по другой версии – «Института борьбы за жизнеспособность»), в котором он погиб, перелив себе экспериментально кровь с отрицательным резус-фактором (резус-феномен не был известен). В теориях А.А. Богданова – тотальное переустройство всей жизни на идеях самоорганизующегося общества, новой для того времени *«концепции устойчивого развития»*, понимания механизмов *«положительных»* или *«отрицательных»* реакций системного организма.

Проектирование новой жизни по законам искусства – слишком неожиданная задача, чтобы она могла расцениваться иначе, чем утопическая, даже сегодня, когда проектная культура становится общей, постоянной и повсеместной. Максимум, что достигнуто – виртуальные миры заменяют реальность: историю и повседневность.

Один из вырвавшихся далеко вперед теоретиков мирового класса и практик организации труда, оцененный в мире и своевременно репрессированный тогдашним режимом – **Алексей Капитонович Гастев** (1882, Суздаль – 1941, Коммунарка). Он начинал как революционер и поэт, а продолжил в качестве организатора огромной сферы жизни – управления процессами. Начал печататься в 1904 г., рассказом из жизни политических ссыльных «За стеной». Дальше публиковал сборники стихов «Поэзия рабочего удара» (1918) и «Пачка ордеров» (1921). Больше был известен как автор белых стихов, в «Библиотеке всемирной литературы» (1977) помещен такой его футуристический стих 1917 г. «Я полюбил»: «Я полюбил тебя, рокот железный, | Стали и камня торжественный

звон. | Лаву. Огонь беспокойный, мятежный | Гимнов машинных, их бравурный тон. | Я полюбил твои вихри могучие | Бурного моря колес и валов, | Громы раскатные, ритмы певучие, | Повести грозные, сказки без слов. | Но полюбил я и тишь напряженную, | Ровный, и низкий, и сдержанный ход, | Волю каленую, в бой снаряженную, | Мой дорогой, мой любимый завод».

Вклад Гастева в проектную культуру – научно-теоретический и организационно-практический. Был рабочим, в 1910-х гг. учился в парижской Высшей школы социальных наук. В июле 1921 г. А.К. Гастев получил поддержку В.И. Ленина в намерении объединить Институт труда, созданный в 1920 г. при ВЦСПС, Институт экспериментального изучения живого труда Народного комиссариата труда. На их основе создал 28 августа 1921 г. **Центральный институт труда ВЦСПС** (сокращенно – **ЦИТ**, расположившийся в центре Москвы, на Петровке, 24), а позже и акционерное общество «**Установка**», внедрявшее новшества на предприятиях. В книге «**Как надо работать**» А.К. Гастев писал: «*Мы проводим на работе лучшую часть своей жизни. Нужно же научиться так работать, чтобы работа была легкой и чтобы она была постоянной жизненной школой*». ЦИТ и возникшие родственные структуры создали изошрённую огромную систему исследования и научной организации труда. Гастевское «управление процессами» (выражаясь современным языком или «**НОТ** – научная организация труда», как система именовалась раньше) оперировало установкой, что человек является «*активным фактором, а не пассивным элементом производственного процесса*» (слова одного из создателей НОТ **Николая Андреевича Витке**). В многообразной деятельности «нотовской» системы в России соединились прообразы эргономики и антропометрии, управления процессами, менеджмента организации, социальной психологии и теории систем.

Вот как создатели НОТ описывали ее задачи: 1) научное определение исходных элементов производственного процесса; 2) то же в трудовом процессе; 3) описание «анатомии» производственного процесса; 4) анализ законов производства — расчленение процесса и разделение труда; 5) синтез этих законов — соединение композиций и кооперация труда; 6) генезис форм производства; 7) «трудовая технология» профессий в соответствии с этими формами; 8) формирование установок работников; 9) воспитание нового типа работника [Альберт Кравченко. Тейлор и Гастев. Цит. по http://expert.ru/expert/2010/18/teylor_i_gastev/].

В лучшие годы научной организацией труда ЦИТ было охвачено свыше 400 предприятий истроек, более 500 тыс рабочих, обученных на базах ЦИТ. В ЦИТ специалисты осваивали 200 профессий. В стране было создано около 1700 учебных пунктов, баз, цехов. Работали свыше 2 тыс инструкторов, организаторов производства – в основных сферах промышленности и транспорта, строительстве и лесном хозяйстве и даже в военно-морском флоте. ЦИТ проводил профессиональные конкурсы – «трудовые чемпионаты».

Такая огромная научно-учебная деятельность по проекту «ЦИТ» позволила институту отказаться от государственного финансирования и ограничиться самофинансированием – по сегодняшним меркам «научной эффективности» это сверхдостижение. Приоритеты ЦИТ стали предметом изучения американских специалистов по организации труда («тейлористов»), о чём свидетельствуют публикации в американской прессе. В ЦИТ появились, как и в искусствах (в духе тенденций к объективации) новые для своего времени специальности: помимо инженеров – специалисты по биомеханике, психотехнике, психофизиологии труда, рефлексологии, а также экономисты. Это был не «механический балет», а огромная внедрённая в самые разные сферы жизни проектная система. Работали лаборатории, например, лаборатория по изучению движений, позже лаборатория биомеханики, отдел изысканий (в области физиологии труда); конструкторское бюро, сенсорная лаборатория. Одним из специалистов ЦИТа стал в 1924 г. томский физиолог **Алексей Александрович Кулябко** (1866 – 1930), впервые в мире

ожививший сердце человека через 20 часов после его остановки (1902). В 1923 г. он продемонстрировал посетившему Томск **Анатолию Васильевичу Луначарскому** опыт оживления головы собаки; рассказ Луначарского об этом инициировал создание **Александром Романовичем Беляевым** повести «**Голова профессора Доуэля**».

Отличительная особенность цитовской системы обучения с точки зрения зарубежных специалистов, отмечает Альберт Кравченко, автор публикации в журнале «Эксперт», *«присутствие в ней личностного начала. Обучение, подобно «игре на рояле», строится с тщательной отработкой всех деталей, приемов, движений. И в то же время естественно, без принуждения. В результате работа становится для человека в радость. Она – центр его жизнедеятельности».*

И дальше: *«ЦИТ формировал новое мышление, создавал новые человеческие ресурсы и в этом, как оказалось, на два десятилетия опередил Запад. За рубежом еще только отказывались от идеи отбора и начинали переходить к идее развития человеческих способностей, а ЦИТ уже имел набор методик. Не машинизм и рутина ручного труда ставились во главу угла в системе Гастева, а биомеханика и биоэнергетика. Не обслуживание машины, а управление ею. Стало быть, рабочий не придаток машины, а ее хозяин».*

В 1920-х гг. в основе официальной политики государства лежала идея всестороннего развития граждан, ограничивавшаяся лишь возможностями страны, плавившейся много лет в войнах и трёх революциях. Социальные установки были на первом плане, отчего и проектирование, и строительство ориентировались на общественные нужды. Идея воспитания «нового» человека, духовно и телесно совершенного, отражалась в кино и литературе, развитии спорта, создании уникальной системы медицины. Одним из глобальных общечеловеческих проектов стал проект организации медицины наркома **Николая Александровича Семашко** (1874, Москва – 1949, Москва), действующий сегодня в Великобритании, Швеции, Дании, Ирландии, Италии, и называемый проектом «цивилизационного масштаба» [Александр Механик. Пирамида Семашко. URL: <http://expert.ru/expert/2011/30/piramida-semashko/>].

Было много проектов продвижения грамотности в массы. Предреволюционный проект вроде газеты «Копейка», миссионерство успешно продолжились в РСФСР. В стране развивался социальный дизайн в его подлинном виде и масштабах, до того незнакомых. Проектирования вещей было по большей части творчеством сложившихся мастеров и реализовалось в деятельности ВХУТЕМАСа и свободных художественных мастерских, возникших в 1920-е гг. в разных городах. О мастерах поговорим ниже, сейчас – несколько слов об основах и практике дизайнерской школы.

Наиболее известной, рассчитанной на расширение сферы влияния новых идей и их «устойчивое развитие», стал ВХУТЕМАС, объединивший Первые и Вторые **Свободные государственные художественные мастерские** (возникли в 1918 г. на базе Строгановского художественно-промышленного училища и Училища живописи, ваяния и зодчества). Учебные корпуса новой школы располагались на Рождественке, 11 (там сегодня – МАРХИ) и на Мясницкой, 21. Вот как вспоминает в поэме «**Девятьсот пятый год**» об атмосфере и приходе к отцу, художнику Леониду Осиповичу Пастернаку его друга — композитора Александра Николаевича Скрябина, Борис Леонидович Пастернак: *«Мне четырнадцать лет. | ВХУТЕМАС | Еще – школа ваянья. | В том крыле, где рабфак, | Наверху, | Мастерская отца. | В расстояньи версты, | Где столетняя пыль на Диане | И холсты, | Наша дверь. | Пол из плит | И на плитах грязца. | Это – дебри зимы. | С декабря воцаряются лампы. | Порт-Артур уже сдан, | Но идут в океан крейсера, | Шлют войска, ждут эскадр, | И на старое зданье почтамта | Смотрят сумерки, | Краски, | Палитры | И профессора. | Сколько типов и лиц! | Вот душевнобольной. | Вот тупица. | В этом теплится что-то. | А вот совершенный щенок. | В классах яблоку негде упасть | И жара как в теплице. | Звон у Флора и Лавра | Сливаётся | С шарканьем ног.*

Как-то раз, | Когда шум за стеной, | Как прибой, неослабен, | Омут комнат недвижим | И улица газом жива, – | Раздается звонок, | Голоса приближаются: –/ Скрыбин. | О, куда мне бежать | От шагов моего божества»

В Постановлении Совета Народных Комиссаров, подписанном председателем СНК В.И. Лениным 18 декабря 1920 г., цель была сформулирована так: *«Подготовка художников-мастеров высшей квалификации для промышленности, а также инструкторов и руководителей для профессионально-технического образования»*. Было определено, что *«на подготовительный курс при мастерских в первую очередь принимаются рабочие, причем никакой специальной подготовки для поступления на этот курс от них не требуется»*.

ВХУТЕМАС был много больше Баухауза, с большим числом профилей. Здесь имелись классические факультеты: архитектурный, живописный, скульптурный. Появились и собственно проектные: факультеты обработки дерева и металла, полиграфический, текстильный, керамический.

Руководили ВХУТЕМАСом не слишком удачливый **Ефим Владимирович Равдель** (1920 – 1923) – художник и скульптор. Был заведующим Подотделом по делам музеев и охраны памятников искусства и старины при Отделе народного образования Наркомпроса. До этого не очень удачно реформировал Пензенское художественное училище. Короткое время занимался (с неявными успехами) тем же в Екатеринбурге, после чего как «выдающийся организатор» художественного образования был «брошен» на ВХУТЕМАС. В особых художественных или организационных успехах не замечен.

Позже его сменил великий график и любимец студентов **Владимир Андреевич Фаворский** (1923 – 1926), приход В.А. Фаворского будет встречен ликованием и театральным капустником. В 1926 г. во главе ВХУТЕМАСа станет **Павел Иванович Новицкий** (1926 – 1930). О нём отзываются: социолог, страстный поклонник современной архитектуры, а во второй половине жизни – преподаватель истории театра. П.И. Новицкий (1888, Ковенская губерния – 1971, Москва) в разные годы заведовал художественным отделом Главнауки и театральным отделом Главискусства Наркомпроса. Литературовед, театральный критик, фотограф. В 1926 – 1930 гг. – ректор ВХУТЕМАСа-ВХУТЕИНа. В качестве ректора считал важнейшим архитектурный факультет, а архитектуру – системообразующим искусством. В предисловии к книге «Архитектура ВХУТЕМАСа» П.И. Новицкий писал: *«Архитектура является искусством эпохи пролетарской диктатуры. Все другие изобразительные искусства должны ей послужить или отмереть. Она изменит облик земли, перестроит наш быт, организует, перепланирует общественную жизнь и работу»*. Развернутые воспоминания о П.И. Новицком оставил актер **Вениамин Смехов** в книге **«Театр моей памяти»**: *«Изумительно красивый, крупный, броский старик. Ему 71 год, и он – самый юный человек в училище. ... Черные, блестящие, съедающие собеседника глаза. Яростная, гневная, грохочущая басом речь. Ненависть к фальши, показухе, комплиментам и сантиментам. ... Пристрастен и тенденциозен. Его послушной список: годы революции и Белого террора – в Крымском университете и в крымском подполье. Один из чудом уцелевших подпольщиков. Его спас красавец-усач (условно именованный им как «эдакий Ноздрёв»), устроивший ему побег из тюрьмы, а себе – расстрел. Москва. Новицкий – директор знаменитого ВХУТЕМАСа, зав. Театраркомпроса у Луначарского. Друген с Чичериным. ... Ныне – профессор нашего училища, преподает русскую литературу»*.

Новицкий, действуя в створе общего направления страны на подготовку кадров для производства, преобразует в ноябре 1927 г. ВХУТЕМАС во ВХУТЕИН (Высший художественно-технический институт, приказ ректора П.И. Новицкого от 27 октября 1927 г. о переименовании вуза).

В короткие сроки менялся вектор развития страны. От неисчислимых экспериментов вроде студенческого самоуправления, при котором студенты выбирали профессоров или

сами создавали учебные программы, был взят курс прагматику, на «реальное» прикладное образование, на ускоренную индустриализацию и «инженеризацию» страны. Основное отделение воспринималось уже творческим излишеством и блажью. Сокращение и отказ от него (1929) станет шагом к распаду ВХУТЕМАСа и фактором ликвидации школы (главная причина будет заключаться в реформе образования в направлении «инженеризации», практической подготовки студентов к работе на производстве). «Трудовые навыки», ориентация на производство, на то, чтобы вуз выпускал готовых специалистов – этот подход каждые 15-20 лет навязчиво потрясает наше образование, которое направляется то в «фундаментальность», то в «производственное обучение», как будто их нельзя соединить, подобно европейским школам. Но это уже отдельная проблема.

Новая эманация вуза будет нацелена на подготовку производственников, не творцов и инноваторов, а людей, владеющих станками и технологиями, готовых к работе на производстве. В результате реформ в 1930 г. вуз будет расформирован; на его основе после замысловатых переделок (например, перевода живописного факультета в Ленинград в Институт пролетарской культуры) возникнут нынешние: Московский университет печати, Московский архитектурный институт, Московский текстильный институт (ликвидирован недавно присоединением к Университету технологии и дизайна), Московская художественно-промышленная академия и Московский художественный институт им. В.И. Сурикова.

Создание Вхутемаса (мы используем обе формы написания – и ВХУТЕМАС и Вхутемас) было связано с просветительской установкой режима – дать свободную возможность всем желающим получить образование, в том числе художественное, в первую очередь нацеленное на решение социальных и культурных проблем – социальное проектирование. Распад и ликвидация школы стали следствием победы в стране леворадикальных и технократических идей. Разделение школы на специализированные технологические вузы поставило точку в развитии дизайна на 30 и более лет. Не исключено, что эти три упущенные десятилетия нам не скоро удастся наверстать, если удастся.

Здесь я должен сделать одну важную вставку. Основоположник марксизма Карл Маркс предполагал (цитата уже прозвучала), что если и есть цель в прогрессе, то этой целью может быть только одна – «всемерная реализация духовных богатств личности». «Всемерная реализация духовных богатств личности» – сверхзадача, для которой развиваются технический и социальный прогресс, культурная жизнь, эволюционирует общество.

Советская власть, несмотря на её не всегда оправданные заблуждения, наследовала этот существенный постулат Маркса. После двух-трех лет шатаний и колебаний, после военного коммунизма и гражданской войны главным стал общественный вектор: обеспечить максимально большее количество людей жильем, создать условия для экономического и культурного подъёма страны. Строительство жилья, рабочих клубов, учебных заведений наряду с промышленным строительством определяли социальный заказ на архитектуру и дизайн. Число вновь созданных школ, вузов, клубов, библиотек на протяжении 1920-х гг. – 1930-х гг. было беспрецедентным, как и массовое жилищное строительство, синхронное с промышленным. Например, к концу 1930-х годов были созданы 1600 вузов (сегодня ставится задача сократить их число до 600).

Один из главных жанров советской архитектуры – рабочий клуб, совершенно новый проектный тип, который предполагал и поиск оптимальных функций, и разработку оборудования. Он должен был выполнять множественные функции: образовательные, спортивные, развлекательные, общественные и пропагандистские. Несмотря на разруху, находились средства на дома-коммуны, жилые посёлки и даже новые города, на поддержку культуры и искусств, на просвещение и медицину.

(Небольшая врезка: Сегодня в США функциональная неграмотность составляет 40%, она растет и в России, приобретая угрожающие размеры. Люди буквы знают, но читать не могут, не понимают смысла текста. В России до 20% граждан функционально неграмотны).

Пёстрый состав преподавателей и студентов ВХУТЕМАСа отражает причудливый культурный калейдоскоп: здесь были представители прежней архитектуры историзма **Иван Владиславович Жолтовский** (1867 – 1959), наш «Беренс», высоко ценимый сторонниками разных направлений, и **Алексей Викторович Щусев** (1873 – 1949), в руках которого были рычаги реконструкции Москвы. Главный архитектор русского модерна, ярчайший художник мирового класса **Фёдор Осипович Шехтель** (1859 – 1926) и рядом – архитекторы-конструктивисты **Константин Степанович Мельников** (1890 – 1974) и **Илья Сергеевич Голосов** (1883 – 1945); передвижник **Абрам Ефимович Архипов**, бубнововалетец **Илья Иванович Машков** (1881 – 1944) и экспрессионист **Давид Петрович Штеренберг** (1881 – 1948); выдающийся график **Владимир Андреевич Фаворский**, ученый-физик и религиозный философ, священник **Павел Александрович Флоренский** (1882 – 1937), один из разработчиков плана ГОЭЛРО и человек широчайшей культуры, в том числе графической... Список можно продолжать – вокруг проектной культуры собрался цвет творческой интеллигенции, многие из которых были личностями не только национального, но и мирового масштаба.

Дизайнерские дисциплины были отданы живописцам **А. М. Родченко**, **В. Е. Татлину**, рвавшимся к перепроектированию среды жизни, архитектору **Л. М. Лисицкому** и другим мастерам (подробнее о них ниже). В этом было известное сходство с Баухаузом: дизайн создавали социально озабоченные художники (в широком смысле этого слова), живописцы, мыслявшие проектно. Архитектор **Александр Александрович Веснин** вёл вместе с **Любовью Сергеевной Поповой** пропедевтическую дисциплину «Цвет» на специализированном живописном факультете.



В.Е. Татлин, 1911. Автопортрет в форме матроса. Справа – Татлин, 1920, Проект памятника III Интернационала. Реконструкция Такехико Нагакуры и команды, 1997 -1998. Кадр видеоролика; MIT – Массачусетский технологический институт. Фото из: Philip Jodidio, Architecture Now!, Taschen, 2001

История вхутемасовской школы причудлива из-за борьбы сторонников традиционной академической модели преподавания и «объективных» методов, опирающихся на «психофизические» особенности личности, схватывались идеологии «творческого развития личности» и «прикладного практического обучения». Как и в Баухаузе здесь был свой форкурс – «Основное отделение» без специализаций, срок обучения 2 года. Удлиненный курс объяснялся в первую очередь уровнем культуры тогдашней России, где 80% населения были неграмотными, и свободой поступления без

экзаменов (со временем экзамены, впрочем, появились). На Основном отделении изучались четыре сквозных дисциплины: «Пространство», «Графика», «Объём» и «Цвет», которые создали Н.А. Ладовский («Пространство»), А.М. Родченко («Графика»), А.А. Веснин и Л.С. Попова («Цвет»), Б.Д. Королев и А.М. Лавинский («Объём»). Эти общие дисциплины иногда именовались «концентрами».

По словам С.О. Хан-Магомедова, наиболее разработанную методику имела дисциплина Н.А. Ладовского «Пространство», которая сохранялась на протяжении существования школы и велась одной группой преподавателей и их учеников. Итогом стал до сих пор используемый в архитектурном образовании учебник **«Элементы архитектурно-пространственной композиции»** [Кринский В.Ф., Ламцов И.В., Туркус М.А. Элементы архитектурно-пространственной композиции. – М.: Стройиздат, 1968. – 168 с.], издававшийся многократно и до сих пор широко распространенный в инете.

Вот как С.О. Хан-Магомедов характеризует концентр «Пространство» в одной из первых статей: *«На первом курсе Основного отделения темы по дисциплине «Пространство» прорабатывались на отвлеченных заданиях. На втором курсе те же темы прорабатывались на конкретных (производственных) заданиях с учётом будущей специализации студента. При этом сразу обнаружилось, что набор тем, предложенных Ладовским в Обмесе, был ориентирован на подготовку архитекторов. Поэтому встала задача сделать набор более универсальным, то есть превратить дисциплину «Пространство» в действительно общую художественную пропедевтику»* [Обмас – Объединенная мастерская, существовавшая в 1920 – 1923 гг. в противовес классической архитектуре и созданная Н.А. Ладовским. Подробнее: С.О. Хан-Магомедов. Архитектура советского авангарда. Кн. 1. Проблемы формообразования. Мастера и течения. – М.: Стройиздат, 1996]

Владимир Фёдорович Кринский (1890 – 1971), отец российской пропедевтики, вспоминал: *«Первоначально программа нашей дисциплины состояла из 4-х композиционных заданий: фронтальная поверхность, масса и вес (объёма), объёмная композиция и глубинно-пространственная композиция. Все задания были отвлеченными (без функциональной задачи)...*

Новый коллектив начал преподавать, и скоро выяснилось, что выбор молодых педагогов оказался удачен. Тексты заданий, результаты работ и оценки детально обсуждались. Много было жарких споров, в которых постепенно вырабатывалась методика работы, подбирался иллюстративный материал, которым охватывались выдающиеся произведения архитектуры, живописи и скульптуры прошлых эпох.

Основная методическая установка была та же, что и в Обмесе,— основываться на объективных факторах и явлениях, наблюдаемых в действительности, выявлять и изучать основные композиционные закономерности, чтобы овладеть ими. Вся работа происходила исключительно в макетах, для чего использовались глина, картон, плотная бумага и всякие другие материалы» [Кринский В. Воспоминания. [Рукопись]. Цит. по: С.О. Хан-Магомедов. Пропедевтическая дисциплина «Пространство» в структуре основного отделения ВХУТЕМАСА-ВХУТЕИНА // Техническая эстетика. – 1982. – № 7. – С. 25 – 26].

Отметим два момента: 1. Установку на *«объективные факторы и явления, наблюдаемые в действительности»*. Мы говорили об этом применительно к модерну, Баухаузу и видим, что и здесь ставка делается на изучение объективных закономерностей, лежащих в основе природы и, как следствие, в основе формообразования и композиции.

2. *Макетный метод*, сложившийся во ВХУТЕМАСе, стал его важным достижением. При любом уровне пластической подготовки макет – наиболее наглядная, очевидная форма модели, позволяющая разобраться в её хитросплетениях. Макет трудоёмок, но он в XX в. стал наиболее распространённой формой поиска и подачи идей.

С.О. Хан-Магомедов так описывает тематику учебных заданий: *«Темы и задания по дисциплине «Пространство» на первом и втором курсах в учебном плане на 1926/27 учебный год выглядели так: на первом курсе — собеседования и содержание программы (1*

неделя), элементарные упражнения на композиционно-организующие средства (4 недели), организация поверхности (5 недель), организация объема (5 недель), синтетическое задание на композиционно-организующие средства (5 недель).

На втором курсе: конструкция (5 недель), ритм поверхностей (5 недель), ритм объемов (5 недель), лабораторная работа (15 недель). Параллельно с этими отвлеченными заданиями выполнялись производственные задания: на объем (7 недель), на массу и вес (8 недель), на конструкцию (7 недель), на пространство (8 недель).

Важной стороной методов ВХУТЕМАСа стало движение к «объективации» средств, к научности взглядов на искусство и дизайн. В 1920 – 1921 гг. В.В. Кандинским были созданы ИНХУК (Институт художественной культуры, 1920 – 1924) и РАХН (Российская академия художественных наук, 1921 – 1925, с 1925 г. – ГАХН) государственные организации для изучения «науки, исследующей аналитически и синтетически основные элементы как отдельных искусств, так и искусства в целом». Кандинский к тому времени разрабатывал учение о семантике цвета, форм, композиции и видел в нём научные истины и подоплёку искусств. В ИНХУКе он предложил программу исследований живописи, музыки, поэзии, танца, в том числе с помощью анкетирования граждан — вполне себе научный подход. Частью сотрудников она воспринималась как прожекторская, не мудрено: *«Вопросы в анкетах были настолько необычны, неожиданны, что они представляют интерес для нынешних ученых: «Какой цвет похож на пение канарейки?» (В других вопросах предлагалось найти цветовой аналог свисту ветра, таланту, грозе, обращению...) «Какая геометрическая фигура похожа на мещанство?», «Похоже ли ощущение от треугольника на ощущение от лимона?»*

В докладах на секции Кандинский обосновывал необходимость синтеза музыки, танца, живописи и «динамической цветоживописи». Для решения столь сложных задач Кандинский предложил установить связь ИНХУКа с Институтом психологии, Институтом физики Академии наук, организовать специальные лаборатории с фото- и кинооборудованием, мощными прожекторами с цветными стеклами, создать приборы «для измерения движения», продумать возможность графической записи движения танцовщика в пространстве и времени...» [Бараев В. «Внутренний взор» художника. URL: <http://www.kandinsky-art.ru/library/drevo-dekabristi-i-semeystvo-kandinskih25.html>].

В результате противоречий Кандинский перешел в РАХН – Российскую академию художественных наук, позже был командирован в Германию. В результате, как мы знаем, оказался в Баухаузе. «Академические» опыты Кандинского были не близки сторонникам «производственного искусства», как тогда называли дизайн – А. М. Родченко, **О.М.Брику**, **Б. И. Арватову**. По словам **Александра Николаевича Лаврентьева**, внука Родченко, в институте ходил анекдот о том, как китайская принцесса Инхук вышла замуж за английского аристократа Индук. Перед закрытием институт переименовали в Институт индустриальной культуры. С 1922 г. он был включен в состав Российской академии художественных наук (ликвидирована в 1929 г.)

15 февраля 1927 г. Николаем Александровичем Ладовским (1881 – 1941) была оборудована «**психотехническая лаборатория**» (она же «тёмная комната»), в которой проводились эксперименты, может быть первые в мире по визуальному восприятию. Становилось очевидным, что между «кажущимся» и «сущим» немалая разница. Если в противоположных углах темной комнаты последовательно загорали лампочки, возникало ощущение сплошной световой линии. Подтверждалось, что наше сознание обрабатывает и обобщает информацию – восприятие не непосредственно. Мы получаем сложную информацию, мозг её обобщает, упрощает, перерабатывает и формирует «протоколы» опыта.

Это вообще серьезная проблема всех школ: обучать студентов дрессированных абитуриентов или объективно одарённых, и как эти данные определить? Научили человека в специальной школе за четыре года или пять лет красить и штриховать, и что? О чем

свидетельствует выучка? О способности приобретать навыки? Во ВХУТЕМАСе начали изучать восприятие и мышление, пространственное и временное. Были приборы, которые позволяли анализировать восприятие пространства, геометрические размеры объемов, способность определять площади и отрезки фигур, конфигурацию плоскостей в пространстве.

«Объективность» не может быть сведена к анализу субъективного восприятия личности. Перед искусством и тогда, и сейчас стоят творческие задачи, не сводимые к простым алгоритмам, ни к выучке, ни к объективным данным. Сегодня в дизайне ценится метафорическое мышление, его коммуникативные возможности. Одной из главных его инструментальных способностей становится способность разрешения непредсказуемых гуманитарных и социальных ситуаций. Чтобы осилить эти компетенции, дизайнерам требуются культура, воображение и гибкое нестандартное мышление. Вообще талант, личные данные – это такая вещь, которая до сих пор слабо измеряется, и люди в начале жизни, не показывающие больших успехов, со временем часто становятся яркими лидерами в своем деле.

1920-е гг. были интересны тем, что многое опробовалось не эмпирически, как в эпоху Возрождения, а на основе экспериментальных методик. Не случайно этот период дал импульс развитию гуманитарных наук, экспериментальной психологии и физиологии, социологии, научной организации труда (сегодня – «менеджмент» и «организационное поведение»). ВХУТЕМАС (говорим о нем как о некоей цельности, хотя на деле её не было) искал идеальную модель педагогики, внутри школы и вне её сталкивались разные позиции. Была, например, крупная битва за создание в Москве единой архитектурно-инженерной школы из трёх существующих. Педагоги ВХУТЕМАСа отстаивали свою независимость, они мотивировали это тем, что существует «архитектура-искусство», «архитектура как творческое проектирование» и есть другая – «архитектура-инженерия», совершенно другой род деятельности, связанный с техникой и технологиями. Архитектура в модели ВХУТЕМАСа была прорывом к идеалу, нестандартным решением задач оптимизации и многофункциональности при самобытной образности. Аргументы были приняты, и до сих пор в России этот фактор определяет архитектурно-образовательную среду. Да и в мире нет единого взгляда: как соединить свободу творчества, эксперимента, полет фантазии с прагматикой и потребностями практики? Предполагается, что первично творческое воображение, что школа должна именно его развивать, а практика всё поставит на свои места. А в том, как их соединять, и есть главные различия школ.



Макет стула В.Е. Татлина (студент Н.Н. Рогожин) 1927 г., выполненный на Ташкентском авиазаводе с использованием современных материалов и технологий для выставки и фильма «Такая интересная личность!»



Редизайн стула Татлина. Mirjana Markovic (Белград, с сайта behance) 2015

На ВХУТЕМАСе, видимо, лежала печать «российской природы»: многие его дизайнерские разработки существовали в единичных экземплярах, без попыток поставить на поток. Например, «**Стул В.Е. Татлина**» (1927), выполненный студентом Н.Н. Рогожиным, является своеобразным бионическим объектом. Здесь пружинистость конструкции и материала, соприкасаясь с человеческим телом, конфликтует с ним и подчиняется ему. «Космическое» развитие венского стула в футуристическую подвижную конструкцию можно воспринимать по-разному: и как пренебрежение эргономикой и рефлексам человека, и как движение к дизайнерскому игровому предмету, подвижному и фантастическому своими линиями и конструкцией:



Или один из первых в мире складных стульев – «**Стул Б.П. Земляничина**» (1927-1928), дипломный проект, выполненный у Л.М. Лисицкого. Земляничин известен как автор конструктивистских стендов, да одного из первых складных стульев. Форма стула самобытна и стала предтечей современных складных стульев: экономная, точная складная конструкция с элегантной металлической накладкой и деревянным каркасом: просто,

надёжно, универсально. Идея складывания конструкции существовала прежде. Здесь П-образная рама и опора из металла, откидное сиденье позволяют превратить стул в плоскость, сэкономить место и так же легко развернуть его. Для ВХУТЕМАСа и советского проектирования 1920-х гг. вообще типичны трансформеры – и для архитектуры (клубы К.С. Мельникова), и для бытовых вещей. Это было продиктовано реалиями: экономией пространства, материалов, получением множественного результата в едином объекте.

То, что многие проекты не шли дальше формальных экспериментов, оставались в единичном экземпляре или вовсе на бумаге, было связано не только с хозяйственной разрухой, но и с упомянутым выше российским культурным типом, легко довольствующемся идеей и равнодушным к её реализации. То, что делалось во ВХУТЕМАСе, было впервые, но оставалось в макетах, проектах, в лучшем случае – в действующих образцах. Потребовалось 70 лет, прежде чем Хан-Магомедов смог собрать и опубликовать огромный массив информации, которым мало кто интересовался, и в первую очередь дизайнеры. Обидно, что разработки русских дизайнеров нам известны больше по проектам или макетам, изготовленным в новейшее время, а не по серийной практике.

Русская безалаберность? Равнодушие к собственным поискам и достижениям? Вот свидетельство бывшего в гостях во ВХУТЕМАСе в мае 1928 г. студента Баухауза Ариэ Шарона: *«Мастерские ВХУТЕМАСа стремились достичь высокого уровня, однако многие работали без связи с промышленным производством, скатываясь до уровня народных промыслов. Блестящим исключением был факультет графики, вдохновленный событиями недавнего революционного прошлого»* [Т. Эфрусси. ВХУТЕМАС в Баухаузе. Баухауз во ВХУТЕМАСе. История двух путешествий. URL: <http://www.archjournal.ru/rus/03602010/whiutemas.htm>]

Программы «Основного отделения», факультетов были нацелены на отработку средств идеальной композиции, совершенного равновесия, выразительной динамики или гармоничной статики. В противоположность этому пропедевтика Баухауза была ориентирована на открытие неясных, незнакомых свойств материалов и их прикладное применение, на разработку новых функций, а не на «равновесие элементов», «статику» и «динамику», «выявление доминант», субдоминант и т.д.

Тем, кто прошёл академические школы изобразительного искусства, где учились зарисовывать классические архитектурные объекты, обильно их украшать и так далее, — им было интересно найти объективные средства, законы искусства в духе новых тенденций, свободных от украшений. Понятен интерес к абстрактным объемам, силуэтам, линиям и плоскостям. Современная архитектура уже искала новые формы, новых типы сооружений, выражающие новую социальность, конфликты и динамику своего времени. Мастера стремились к установлению объективных правил творчества. В свою очередь, молодым казалось, что только объективные методы, обусловленные назначением и содержанием «вещей», оградят искусство от спекуляций и субъективизма. В этом разные поколения педагогов совпадали.

И на Баухаузе, и на ВХУТЕМАСе сказались то, что в элитном слое творческой интеллигенции считалось прогрессивным – абстрактное искусство, супрематизм. Экспрессионизм В.В. Кандинского, геометрическая абстракция Пита Мондриана, Тео ван Дуйсбурга и Геррита Ритвелда, супрематизм Казимира Малевича, контррельефы Владимира Татлина, неизобразительные скульптуры и живопись футуристов – всё это искусство обладало, как казалось, высшими – трансцендентными качествами, близкими философии. В абстрактном – выразительном искусстве художник высказывался о мире и бытии с помощью семантики цвета, композиции, конфигурации форм. В «царственном черном младенце» – «Чёрном квадрате» К.С. Малевича ничего не изображено, но выражена, по идее Малевича, «формула человеческого духа». Абсолютное «чёрное» и безграничное «белое», конфликт ограниченного, измеримого, конечного и бесконечного, света и мрака, добра и зла в нашем восприятии обладает очевидными значениями и

действует безотчетно, минуя рассудок и личный опыт – и действительно ассоциируется с подобными свойствами личности.

Проектирование (архитектура, дизайн) оперировали общими смыслами, семантикой, «архетипичностью» форм. Благодаря тому, что все создатели дизайна вышли из беспредметничества, появилась возможность высказываться, прибегать к языку значений – наравне с другими выразительными искусствами. Эта «художественная», семантическая и «культурная» сторона интуитивно была использована пионерами российского дизайна и архитектуры.

В дизайне возможна изобразительность? Авторучка в виде сучка дерева или гусяного пера? Пионерам проектирования нужно было искать утилитарные и функциональные формы, поразительные, вдохновляющие, точные, нафаршированные смыслами и значениями, обусловленные природой вещей. Создатели пропедевтики стремились систематизировать собственный опыт, ответить на вопрос: является ли новое искусство, производственное в том числе, специфическим видом искусства, или оно родственно станковому искусству и искусству прошлого упомянутому «грандиозному маскараду в камне и штукатурке».

Набирал ход XX в., когда (как позже стало ясно) складывался новый тип – дважды разумный – *Homo sapiens sapiens*, человек, в установках и мотивации которого меньшую роль играли эмоции, большую – интеллект, проблематизации, рассудок, системный взгляд на природу вещей, процессов и мира в целом.

Говорить о студенческом «продукте», о проектах ВХУТЕМАСа сложно. Если мы зададим вопрос: много ли студентов Баухауза сделали всемирные шедевры? Петер Келлер, Март Стам. Остальные принадлежат мастерам-преподавателям. В этом феномен: он не в особых талантах преподавателей, а в том, что когда ищешь методику, ставишь задачу, прорабатываешь некий формальный или вербальный текст, идеи и цели, невольно их проигрываешь в сознании – движешься. Преподавательская деятельность – интенсивное самопрограммирование, в отличие от пассивного обучения, когда тебе выдают задания и ты на них реагируешь по мере своей вялости или подвижности.

Масса проектов ВХУТЕМАСа опубликована у С.О. Хан-Магомедова [Хан-Магомедов С. О. Пионеры советского дизайна. – М.: Галарт, 1995], в книге А.Н. Лаврентьева и Ю.В. Назарова [Lawrentyew A., Nasarow Y. Russisches Design. 1920 – 1990. – Berlin, 1995]. Среди проектов много незатейливых с современной точки зрения вещей: столов и шкафов, школьных парт и киосков, средств транспорта, светильников и много чего еще. В работах просматриваются упорядочение, функциональность, много рационализаций, и очень мало воображения, пластической красоты, несмотря на избыточную, а часто и неплохую пропедевтику.

На фоне новых типов продуктов, сегодняшнего их изобилия и разнообразия форм в тех разработках мало что трогает. Студенческий дизайн 1920-х гг. приземленнее сегодняшнего студенческого дизайна, он утилитарен и ориентирован на сиюминутные запросы. К счастью, не было 3D программ – стартовой площадки бедного интеллекта и сомнительных фантазий. Но вот Александр Николаевич Лаврентьев начал со студентами восстанавливать в 3D-видео старые проекты – и в них обнаружили актуальные качества.

Внутри конструктивизма, функционализма, а также в целом дизайнерского сообщества сложилось представление, что быт должен быть освобожден от власти вещей, дематериализован и развеяно. Зачем надо его развеивать? Казалось, если убрать мещанскую пошлость: обойчики, аксессуарчики, избыточную мебель – захламенность жизни, то возникнет чистое, свободное пространство, в котором человек неизбежно будет спровоцирован на творчество, открыт, говоря современным языком, самореализации. Когда **Ирина Уварова** написала в «Декоративном искусстве СССР» статью об Александре Родченке, она назвала её «Вещи тянут к себе в нору...» Не знаю, чья это фраза, но она показательна для духа 1920-х гг. «Вещи тянут к себе в нору», вещи мешают, они стремятся захватить всё пространство жизни, и как вы помните, литературной сатирой у И.Ильфа и Е.

Петрова в «Двенадцати стульях» являются Эллочка Людоедка и Фимка Собак, генетические мешчанки. Кстати, в исходном значении «мещанин» – всего лишь горожанин, городское сословие.

Российский дизайн начинался с теории, науки; он развивался инициативами снизу, благодаря которым в 1918 г. при отделе ИЗО (Отдел изобразительных искусств) Народного комиссариата просвещения возник Художественно-производственный совет, с подотделами художественного производства и художественного труда, организовывавшие соответствующие мастерские на фабриках. Следом в 1919 г. создана художественно-производственная комиссия ВСНХ (Совет народного хозяйства). Колыбелью дизайна, как говорилось, был ИНХУК, в котором сформировались идеи производственного искусства, художественной промышленности и было предпринято создание ВХУТЕМАСа. Среди тех, кто генерировал новые идеи, помимо уже упомянутых Б. И. Арватова и О. М. Брига, были И.Г. Эренбург, Б. А. Кушнер, В.Ф. Плещин, Н.М. Тарабукин, С.М. Третьяков, Н.Ф. Чужак, Л.М. Лисицкий, К.С. Малевич, А.М. Родченко, В.Ф. Степанова, Л.С. Попова, В.Е. Татлин, братья В. и Г. Стенберги, К. Медунецкий, Г. Клуцис и др. Практически у всех были теоретические работы разного веса и значимости. Первыми (не считая статей и выступлений) стали небольшая социологическая брошюра (44 страницы) **Николая Тарабукина «От мольберта к машине»**, появившаяся в Москве в 1923 г., книга **Бориса Арватова «Искусство и производство»** (1926), книга **Николая Пунина «Татлин»** (1921), и книга **Алексея Гана «Конструктивизм»**, вышедшая в Твери и ставшая «цитатником» функционализма: «...группа конструктивистов ставит своей задачей коммунистическое выражение материальных ценностей... Тектоника, конструкция и фактура — мобилизующие материальные элементы индустриальной культуры». [Алексей Михайлович Ган (1893 – 1942), теоретик и практик конструктивизма и функционализма, считал, что место искусства должны занять производственное искусство и кино. Издавал журнал «Кино-фот» (1922-1923)].

Функциональность становится одним из важнейших критериев новой материальной культуры. К функционализму (в России его именовали конструктивизмом, функционализмом, современным стилем, рационализмом) российские пионеры шли через абстрактную скульптуру 1910-х гг., проуны Л. Лисицкого, контррельефы В.Е. Татлина, архитекторы К.С. Малевича, пространственные конструкции А.М. Родченко, бывшие экспериментами по замене «спекулятивного искусства». В ИНХУКЕ в 1921 г. прошла дискуссия о новом искусстве и конструктивизме, следом организованы две выставки «5x5=25», выставки конструктивистов, на которых А. Родченко, Л. Попова, братья В. и Г. Стенберги, К. Медунецкий – пять художников представили по пять экспериментальных вещей.

Антивещная направленность дизайна тех лет парадоксально сочетается с проектированием нового вещного мира. В туманной путанице направлений и векторов новые предметы и материальное окружение создавались как объекты материального творчества, чтобы *«люди вместе могли бы пытаться делать вещи руками или машинами, или ещё как-то – не как бойскауты, не как ремесленники, или рабочие, или тем более «художники», а как люди, имеющие руки, ноги, ладони, подошвы, волосы, глаза и дыхание, – и делать эти вещи не для того, чтобы владеть ими и хранить их, не для того даже, чтобы давать их другим, а чтобы увидеть – что нужно сделать, чтобы делать определённые вещи, – то есть пытаться сделать их, посмотреть, все ли из нас могут делать вещи, иные вещи – руками, машинами, или ещё как-то»* [Эторе Соттсасс. Потому что опоздал самолет // Декоративное искусство СССР. – 1974. – №2]. Так описал природу проектного творчества много позже – в конце 1960-х гг. Эторе Соттсасс, крупнейший итальянский дизайнер второй половины XX в. Материальное проектирование – игра идей, культурных кодов, поиск остроумных решений – буйство фантазии, приводящей не к производству предметов для обладания ими, а некоей квинтэссенции человеческого опыта.

В спектакле **Всеволода Эмильевича Мейерхольда** по пьесе **А. В. Сухова-Кобылина «Смерть Тарелкина»** дизайнер и художница **Варвара Фёдоровна Степанова** (1894 – 1958) сделала мебель, которая оказывалась враждебна человеку: «Один из станков, устроенных **В. Ф. Степановой**, напоминал нечто среднее между решетчатой клеткой и большой мясорубкой. Туда сажали всех, кто попадал в лапы полицейских, и ручку этой «мясорубки» крутил Шатала. Для допроса понадобились стол, стулья. Они появились. Правда, стулья подламывались, когда на них садились, и прыгали, когда с них вставали. Один стул, «стреляющий», реагировал выстрелом на всякую попытку присесть на него. Другой – проваливался. Третий – вертелся волчком. Стол расплзался, едва на него кто-нибудь облокачивался, а потом снова, как ни в чем не бывало, вскакивал на ножки. Была ширма – во втором акте в ней застревал Тарелкин» [К. Рудницкий. Мейерхольд. – М.: Искусство, 1981, с. 275].



Дизайнеры 1920-х гг. ещё не знают многого: делает первые шаги эргономика, но появился институт труда. Ещё нет экспериментальных фактов, говорящих что комфортная, мягкая, удобная мебель – не самая хорошая. Но пионеры дизайна чувствуют, что в комфорте содержится опасность. Антропометрия указывает нам, где надо подпереть спину, чтобы не причинять вреда скелету, мышцам, – не там, где это стихийно удобнее делать. Сегодня появились табуреты, в которых опора на колени, при этом ваше тело будет в тренировочном, спортивном состоянии. Может быть, долго вы таким образом не просидите, но это гимнастика вашего организма.

Недостаток практических знаний заменялся развитой интуицией, отчего так много прорывов к прототипам современных вещей. Почти идеальными стали современный складной стул Земляничина, без которого нельзя представить массовых мероприятий и быта, светильники Родченко, прозодежда, рабочие клубы, графика и конструкция книг и плакатов и др.

Как в 1920-х гг. получались проекты, аналогов которых не существовало? У кого мог подсмотреть свой стул Татлин? Кто придумал светильник для рабочего клуба Родченко? Сегодняшняя страсть судорожно искать аналоги, выдирать из них какие-то кусочки, рискованна и бесперспективна. Кажется, что обеспечиваются культурная преемственность и знакомство с опытом, однако при этом мы превращаемся во вторичных участников прогресса.

Какими кодами продиктован советский павильон на Всемирной выставке декоративных искусств 1925 г. в Париже? И недостатком средств (значит, строительный материал – только дерево) и желанием выразить культурный и цивилизационный порыв, присущий России.

Архитекторы и дизайнеры, приверженные выразительному (абстрактному) искусству, многие годы разрабатывали язык семантики: куб – статика, ступенчатая форма – движение, спираль – циклическое развитие, каждый уровень циклов дает новое неповторимое качество. Вертикаль – движение вверх, в будущее, горизонталь – сегодняшний мир. Красный – энергия, черный – мрак, отрицание, земля, но и ярость, агрессия, протест; серый – повседневность, нейтральность; белый – свет, чистота; синий – дух, истина. Кандинский в своих двух книгах «О духовном в искусстве» и «Точка и линия на плоскости» это попробовал определить. И хотя его теории на русском языке появились с опозданием, только в наше время, молодые архитекторы и художники искали свою систему кодов, так как мыслили независимо от Кандинского семантично-образно.

Архитектор советского павильона 1925 г. в Париже **Константин Степанович Мельников** (1890 – 1974) соединил два трапециевидных объема, между которыми разместилась броская сквозная лестница. Снаружи павильон был прозрачным, кажется, четвертым сооружением в истории мира, полностью прозрачным.



Каждая страна на международных выставках тщится построить удивительный павильон, лучше других. Как водится, всемирные выставки являются ярмарками тщеславия. В России нашлось 30 тысяч золотых рублей, которые выделили на этот павильон. Мельников поразил не роскошью, а оправданным и остроумным ходом – создал непривычную образ-метафору из дерева и стекла, а не просто избушку в «русском стиле», вокруг которой мы до сих пор топчемся.

Два контрастных, противоположных объема конфликтуют друг с другом, на одном синий цвет, на другом красный. Своего рода «инь» и «янь». Вход на лестницу (второй этаж) с любой стороны павильона воспринимается как взлет вверх. Над лестницей не просто перекрытие, а белые и алые летящие плоскости-флаги. И рядом с павильоном – вертикальная доминанта-антенна, на которой написано РСФСР и герб РСФСР – серп и молот. Внутреннее пространство павильона открыто благодаря сплошному остеклению. Метафоры «мы открыты миру», «наша страна – страна движения, борьбы, столкновений полярных качеств». Но ключ к пониманию наших реалий – «движение ввысь», к новым горизонтам, задано геометрией архитектуры. Примерно такова фабула мельниковской архитектуры. Её содержание (текст) много сложнее.

Потребность выразить свое представление о времени привела к созданию уникального павильона, который стал уникальным символом архитектуры XX в. В нём выражены энергия и драматизм времени, тяга к открытой форме, этике, ставших доминантами сегодняшнего мышления. В общем, Мельников всего лишь реализовал

принцип классического искусства, один из базовых со времен Древней Греции: принцип соответствия – калокагатии.

Среди экспонатов был спроектированный А.М. Родченко «Рабочий клуб» – центр просвещения, развития, культуры. Сегодня клуб известен по новоделам: выполнен в натуральную величину для выставки «Москва-Париж», воссоздан в экспозиции Третьяковки, которая после многих лет отрицания «левого искусства» (в 1920-х гг. «левым» именовалось производственное искусство) повернулась если и не совсем к дизайну, то хотя бы к его части. При всех случайностях реконструкции клуб – впечатляющее зрелище.

В 1960-е гг. итальянский дизайнер Ди Белло сделал четыре портрета отцов современного дизайна: Родченко, Татлина, Малевича и Лисицкого. Эти личности олицетворяют советский дизайн 1920-х гг.

АЛЕКСАНДР РОДЧЕНКО

Александр Михайлович Родченко (1891, Санкт-Петербург – 1956, Москва) – автор самобытных разработок в самых разных сферах, рекламы и книг, кинодекораций и пространственных объектов. К тому же считается основоположником современной фотографии, даже более широко известен именно как фотограф и методолог фотографии. В этом качестве его открыли во второй половине XX в. Целые номера журналов вроде «Popular Photography Italiano», многополосные публикации чешского «Photographie» посвящались Родченко-фотографу.

Родился в семье театрального бутафора и прачки. Живописи учился в Казани, у знаменитого **Николая Ивановича Фешина** (1881 – 1956), ученика И.Е. Репина, чрезвычайно популярного мастера. До начала 1920-х гг. занимался преимущественно живописью. Супрематические композиции Родченко разбросаны по всему свету: от США до Тобольска, их цена на арт-рынке растёт. Супрематизм и беспредметничество вообще играли роль школы, с помощью которой создавался новый выразительный язык, альтернативный изобразительному языку модерна и «салона», которому обучал Фешин.

Краткой стадией экспериментов стали серии «пространственных конструкций»: «Складывающиеся и разбирающиеся» (1918, из плоских картонных сегментов), «Плоскости, отражающие свет» (1920 – 1921, мобили из фанерных концентрических форм: кругов, квадратов, эллипсов, треугольников или шестиугольников); «По принципу одинаковых форм» (1920 – 1921, пространственные структуры из деревянных брусков).

В 1921 г. начинается «производственное искусство». Родченко экспериментирует с выразительными приёмами, технологиями и материалами. Появляются прикладные проекты — «Газетного киоска» (1918). Он проектируется как магазин с витриной и трибуной для ораторов. Здесь есть часы, но киоск и агитационный объект, мультимедийный, как сказали бы сегодня, комплекс, где можно и покупать, и читать, и собрать вокруг себя митинг, и разместить на табло новости.

У Родченко много «мелочёвки»: торговые лотки, рекламные вывески и листовки для **Моссельпрома** появятся между 1923 – 1930 гг. Он развивался как универсальный дизайнер, бравшийся за различные жанры. Зарабатывал на жизнь лозунгами, которые писал к праздникам, оформлял клубы. Многие проекты связаны не с заработком, а с потребностью в новых формах, новом образе жизни, и являются инициативными. Как сам он описывал историю вхождения в фотографию, начал с кадрировки фото: если отрезать излишки от кадра, то он приобретает островвыразительный характер. Хроникальная, портретная, художественная фотография заняла у Родченко значительное место на многие годы. С использованием фото сделаны «фотозвери» — иллюстрации из бумаги для книги **Сергея Михайловича Третьякова** (1892 – 1937) «Самозвери» [А.Родченко. С.Третьяков. Самозвери. – М., 1926]. Этот тип развивающейся книжной иллюстрации – non fiction, в отличие от «фэнтези», в начале 1990-х вернулся в европейскую книгу.

Русское искусство уже в 1910-е гг. одной из целей ставило зрительскую провокацию. Об этом размышляла Наталья Сергеевна Гончарова, предполагавшая, что искусство может подавить зрителя великой изобразительной техникой, а может точными средствами побудить к творческим поступкам (отсюда и рациональный «примитивизм» её живописи). В качестве примера Наталья Сергеевна называла народные писанки, древние иконы, говорившие точным и простым языком. Из России провокативные задачи искусства перекочевали в Европу и стали постепенно знаменем западной культуры.

Обращение производственников к кубофутуристическим и супрематическим приёмам, использование фотографии и фотоколлажей, участие в просветительских проектах были того же ряда и имели целью подвинуть граждан России к творчеству.

После опытов кадрировки изображений начались эксперименты с активными ракурсами: «лягушачьей перспективой» (точка зрения снизу широко использовалась искусством итальянского Возрождения), но чаще – виды сверху, в движении – например, с подножки автомобиля, панорамические ракурсы, «крупняки» и т.д. Фотография «заиграла». Выразительная, броская, наполненная жизнью и характерами фотография была сама по себе интересна, но она же стала частью полиграфических композиций – плакатов, книг, книжных иллюстраций. Пример – широко цитируемый плакат **«Ленгиз: Книги по всем отраслям знаний»**. В нем использована фотосессия Лили Юрьевны Брик (в одном из немецких альбомов плакат подписан как *«Плакат за свободу пропаганды»*). От этого плаката начинается реклама, основанная на фотодокументе и выразительности натуры.

Почему Родченко использует фотографию в иллюстрациях, рекламных плакатах? Он понимает, что самое действенное воздействие на человека – эффектом «заражения». Фотодокумент равен правде, естествен. Образ, опирающийся на «правду», действует на зрителя активнее, его энергия, «жизненность» влияют сильнее слов, которые проходят фильтры рационализаций и критической цензуры.

Шрифт к плакату простоват, сегодня похожий называется «Родченко». Шрифтовая культура тех лет невысока, часто диктуется короткими сроками, в которых нужно сделать работу. Не будем забывать, что большинство дизайнеров призваны не из полиграфического цеха, шрифты для них новая культура. Сегодня механически переносить эту эстетику в нашу жизнь – догматически «замораживать» приметы дизайна 1920-х гг. – оказывать ему не лучшую услугу. С точки зрения экспрессии, энергии, азарта здесь всё правильно.

Культура тех лет эгоцентрична, даже тоталитарна, мужественна. Она отрицает эстетизм модерна и разного рода «красивости». Работам присуща уверенность в правоте предлагаемой идеологии и эстетики.

Известным циклом работ стали фотоиллюстрации к книге Владимира Владимировича Маяковского **«Про это»** [Маяковский. Про это. – М.; Петроград: Государственное издательство, 1923. Воспроизведена: Маяковский – Родченко. Классика конструктивизма; Текст, составл. А.Н. Лаврентьева. – М.: Фортуна ЭЛ, 2004. – 120 с.] Поэма посвящена Лиле Брик, используется смелый ход: лицо адресата выносится на обложку, а лирический герой в виде поэта Маяковского – персонаж коллажей. Текст продолжается в иллюстрациях, которые и иллюстрациями можно назвать условно: они – свободный контекст ассоциаций о современности и её «разорванном» пространстве. Речь идёт о любви, конфликте «низа» жизни – «быта» и «верха» – бытия: *«все так и стоит столетья, как было. | Не бьют – и не тронулась быта кобыла»*, сказал сам В.В. Маяковский. Родченко создал 8 полосных двухкрасочных коллажей, сопровождаемых фрагментами стихов. В них старая мебель, люди, предметы быта, телефонный аппарат и трубка телефона, фотографии Севера и мостов, Владимир Маяковский, красноармейцы, зверинец, «романтические» силуэтные рисунки и «управдом» с огромными чайными ложками и подстаканником и т.д. В условном пространстве нарушены масштабы и значения; оно замусорено, загрязнено. Автору – Владимиру Маяковскому в этой виртуальности тесно, более гармонично смотрится лирический адресат поэмы.

Всего А.М. Родченко проиллюстрировал 12 книг Маяковского. Фотообложки и фотоколлажи использовались многократно. Вместе они создали современную отечественную рекламу: **Моссельпрома, ГУМа, Резинотреста**. Маяковский рифмовал слоганы, Родченко создавал для них «упаковку». Количество этой «подёнщины» безгранично, она выполнена в немножко навязчивом, броском, жёстком стиле, в котором не всё идеально. В рекламах много юмора, присутствует игра – такой подвижный краткосрочный дизайн-экспромт, полный веселья и шуток. **«Нигде кроме как в Моссельпроме»** – стихотворный и графический образы кампании воспринимаются иронически. Броский и лаконичный, лапидарный стиль нас обволакивает шутивным игровым началом, а не промывкой мозгов, не зомбированием.

Одновременно Родченко разрабатывает переносные лотки для товаров, вывески, витрины для книг и периодики. Для «Рабочего клуба» разработаны стол-витрина для занятий, журнально-газетные стенды с изданиями на ручках-держалках (такие до сих пор можно встретить в европейских дизайн-центрах и магазинах), светильник, **«Шахматный столик»**, технологически простой, легко исполнимый, яркий ало-черный объект, остроумный по конструкции. Шахматисты-противники садятся каждый со своей стороны, для этого столик вращается вокруг вертикальной оси. Статичны лишь сиденья. Черно-красная гамма семантически – страсть и отсутствие любви. В опору стола вмонтированы ящики для шахматных фигур.

Разработкой мебели Александр Михайлович занимался постоянно, делая декорации к фильмам и спектаклям. Эти декорации – самостоятельные комплекты объектов, мебели, оборудования, указателей (навигации), светильников, костюмов – впоследствии легли в основу типовых разработок других авторов. Он стал художником фильмов **«Москва в Октябре»** (1927), **«Журналистка»** (1927–1928), **«Кукла с миллионами»** (1928) и **«Альбидум»** (1928); сценографом спектаклей **«Инга»** (1928 – 1929) и **«Клоп»** (1929, костюмы и сценография для Театра Мейерхольда).

Для спектакля по пьесе **Анатолия Глебовича Глебова** (Котельников, 1899–1964) **«Инга»**, поставленного **Московским театром Революции** и посвящённого становлению нового быта, были спроектированы пространство сцены, костюмы, мебель (стулья, шкаф и бюро, кровать, стол, настольная лампа и оборудование рабочего клуба (витрины, клубный диван и кушетку, стулья и столы). В 1970-е гг. итальянская фирма «Артелуче» тиражировала этот светильник. Мебель технологична – собиралась и разбиралась из фанерных плоскостей с замками-запилами. Родченко продумал её многофункциональное вполне прагматичное назначение и трансформации.



Шахматный столик для Рабочего клуба. Справа – кадр из фильма «Кукла с миллионами»

В фильме **«Кукла с миллионами»** создана современная среда нового стиля: мебель, подвижное пространство, функциональные знаки-указатели, живописный свет. Повторён светильник 1925 г. из «Рабочего клуба», являющийся как собственно светильником, так и

рассеивателем внешнего света, экспрессивным объектом. (Сегодня его можно увидеть в работах «забывчивых» дизайнеров мира и в виде сиденья и в формах светильников). Выстроено вполне живописное меняющееся пространство. Напротив, пластика мебели и шрифтов навигации упрощенно аскетична.

Родченко «насадил» чистые шрифтовые и фотоколлажные обложки. Пример – обложка журнала «**Советское кино**» (1927), в которой использована фотография «человек с киноаппаратом» на роликах – знаменитый **Дзига Вертов**, классик мировой кинодокументалистики. Остроумна обложка журнала «**ЛЕФ**» (1924) – первого нашего дизайнерского журнала, редколлегия которого была выше перечислена среди инициаторов российского дизайна. На обложке – шутка, фотошарж с портретом вождя и идеолога ЛЕФа **Осипа Брика**, в окуляре очков которого отражается слово ЛЕФ (левый фронт). С точки зрения «совершенной графики» и правил композиции далеко не все обложки и иные графические работы А.М. Родченко идеальны, как это видится сейчас. Пионерам непросто, особенно когда на их плечах оказывается большой и не вполне очевидный груз. Дизайн 1920-х полон юмора, игры, жизненности, фантазии, смыслов, к чему сегодня стремятся мыслящие дизайнеры.

В 1930-е гг. Александр Родченко ушел с головой в фотографию. Стал художественным редактором и фотокорреспондентом ежемесячного иллюстрированного журнала «**СССР на стройке**» – пятиязычного издания для иностранной аудитории, выходившего под марками «**USSR in Construction**», «**USSR im Bau**», «**URSS en construction**», «**URSS en Construcción**» (с 1930 по 1941 гг., и в 1949 г). Журнал был начат **Максимом Горьким** и стал одним из первых в мире иллюстрированных ежемесячников. Его успех и «матрица» связаны с блестящей командой литераторов, журналистов, фотографов и дизайнеров, таких как Эль Лисицкий, Александр Родченко и его жена Варвара Степанова, **Джон Хартфилд**, фотографы **Макс Альперт**, **Борис Игнатович**, **Эдуард Тиссе** (кинооператор С. Эйзенштейна), **Евгений Халдей**, **Аркадий Шайхет**, литераторы **Максим Горький**, **Исаак Бабель**, **Михаил Кольцов**, **Сергей Третьяков** – имена-то всё какие!

Родченко как арт-директор понимал, как важен точный и ёмкий кадр. Он продолжал эксперименты с ракурсами, форматами, композицией, светописью. Собранная в журнале команда блестящих мастеров создала великолепную хронику страны, ставшую классикой мировой фотографии. Впрочем, альбомы их работ проще купить в Германии, чем в России. Хотя собственный фотоаппарат Leica (и другие) по сегодняшним меркам «слабоват», фотографии А.М. Родченко легко запоминаются выразительной силой, красотой и правдой природы, жизнелюбием и энергией индустриальных форм, конфликтами света, ракурсов и механистических ритмов. По сути, это был первый хай-тек, поэтика живого и неживого. Московские улицы, киоски, деревья, транспорт, поездки на подножках, физкультурные парады, занятия спортом на плоской крыше нового студенческого общежития в Лефортово, лица знаменитых людей и людей неизвестных, праздники и будни, портрет матери художника... Это не «фотофиксация», как в последнее время пишут наши косноязычные бюрократы, это – жизнь, увиденная вблизи и потому интересная нам через десятилетия.

ВЛАДИМИР ТАТЛИН

Владимир Евграфович Татлин (1885, Москва – 1953, Москва) относился к типу людей, которые пытаются дойти до сути вещей и гоняют себя по свету от проблемы к проблеме. Из похожих людей приходит на ум Леонардо да Винчи. Как и Леонардо, брался за самые странные, в том числе не сиюминутные проблемы, пытался найти для них идеальное решение — идет ли речь о детском поильнике-непроливашке для сына или летающем аппарате, приводимом в движение маховыми усилиями пилота; о кинетическом «Памятнике III Интернационалу» или о производственной одежде. Хотелось бы ещё раз

акцентировать внимание на гениальном лозунге Татлина «*Ни к новому, ни к старому, а к нужному*» – лозунге на все времена.

Ученическая биография Татлина нелинейна. Её факты противоречат друг другу, примерно выглядят так: в 1902 – 1903 гг. учился в Московском училище живописи, ваяния и зодчества, где в то время преподавали Валентин Александрович Серов и Константин Алексеевич Коровин, посещал не одну студию: И.И. Машкова, Я.Ф. Ционглинского, М.Д. Бернштейна, М.Ф. Ларионова. Отчислен «за неуспеваемость и неодобрительное поведение» (увы, тогдашняя школа МУЖВЗ не была в чести, И.И. Машков не без стыда вспоминал, что конфликтовал с Серовым во время занятий из-за того, как писать модель). Татлин оказывается в Одессе, в мореходном училище, и в 1904 г. на учебном судне «Великая княжна Мария Николаевна» отправился в Египет. Это был второй поход в дальние страны, первый он совершил около 1899 г. по маршруту Одесса – Варна – Стамбул – Батум, сбежав от отца и мачехи из Харькова (где тогда жила семья) в Одессу и устроившись юнгой на парусное судно.

Дальнейшая учеба происходила между 1904 и 1910 гг. с перерывом в **Пензенском художественном училище**, где его считают своим. Впрочем, это не помешало Татлину в 1906 г. побывать в Париже в составе ансамбля бандуристов. По противоречивым сведениям, в 1909 – 1910 гг. Татлин вновь был в МУЖВЗ, но в результате получил аттестат Пензенского художественного училища в 1910 г.

Более точно, но без конкретики в записках 1953 г. Татлин так комментировал этот период учебы и путешествий: *«В промежутках между художественным училищем и училищем живописи, ваяния и зодчества я направлялся в дальнее плавание для заработка, а также это давало мне возможность видеть: корабли, море, разные иные земли, людей, рыб и птиц, за чем я уже тогда зорко наблюдал, и это наталкивало меня на разные мысли, которые в дальнейшем я осуществлял».*

Ничего от школы Коровина или Серова у Татлина нет, не считая большого значения, которое он придавал цвету. Но это было общим вектором практически всех живописцев того времени.

Ни о каких дизайнерских опытах речи не шло. Татлин участвовал в станковых выставках новых течений «Бубнового валета», «Ослиного хвоста», «Мира искусства», «Союза молодежи», в выставках «Трамвай Б», «Современная живопись», «Салон «Золотое руно». Где-то после 1909 г. расписывал известное как артистический центр кафе «**Питтореск**», на Кузнецком, 5, где позже располагался московский Центральный дом художника. На оформление кафе ушло много времени, с перерывом на мировую и гражданскую войны. Кафе, принадлежавшее известному предпринимателю, ресторатору и владельцу лучших булочных-кондитерских Н.Д. Филиппову, управлялось художником **Георгием Якуловым**, автором идеологии заведения («*мировой вокзал искусства*», с арены которого будут возвещаться приказы по армии искусств») и его художественной концепции, человеком широкой души, определявшим гостеприимную и творческую атмосферу. В.Е. Талину был отдан потолок. Стены и другие детали, мебель выполняли Александр Осьмёркин, Надежда Удальцова, Лев Бруни, Валентина Ходасевич — «звёзды» московской художественной тусовки. Во время этой работы и произошло знакомство Татлина с А.М. Родченко, который делал для кафе футуристские светильники из жести. «Питтореск» был «реальным» объектом, в котором группой художников целостно создан интерьер для лиц нового искусства. После открытия кафе стало эпицентром многих дискуссий и акций новой культуры, как и цюрихское «Кабаре Вольтер», где появился дадаизм.

Между началом создания «Питтореска» в 1913 г. и его открытием 20 января 1918 г. Владимир Татлин в качестве «слепого» музыканта-бандуриста побывал в Берлине на русской выставке. По всей видимости, из Берлина он добрался и до Парижа, где познакомился с некоторыми художниками, например, будущей знаменитостью Пабло

Пикассо и его кубистскими экспериментами. Пожалуй, впечатления этого путешествия многое определили в Татлине. Он стал работать схожим образом, в манере, похожей и на кубизм, и на футуризм (два этих альтернативных течения в России сплелись в одно – кубофутуризм). К тому времени появилась теория, что кубизм – «аналитическое отношение к форме», «пространственно-временное конструирование новой реальности», а значит – сгущение времени, выявление вещественности форм и т.д. На деле ни о чём таком Пикассо не думал, когда в отчаянии красил своих «Авиньонских девиц». Но **Альбер Глэз и Жан Метценже** «открыли» кубизм, выпустив трактат «**О кубизме**» (на русском языке вышел оперативно в 1913 г.), в котором в не слишком просветлённой форме растолковали, что кубизм – новое искусство, соединившее пространство с временем и конструировавшее новую реальность, противоположную обыденности.

Когда случился «дизайнерский» поворот? Предпосылкой к нему были именно «кубистические» живописные работы рубежа 1910-х гг. Художника мало интересует натуралистичное воспроизведение форм, натурализм осуждён как творчество без интеллекта и воображения. Внимание привлечено к структуре картины, пространственной конструкции форм, выражению движения, пространства, энергии. Не удивительно – Татлин был человеком, за дюжину лет повидавшим полмира, нуждавшимся в движении и познании. У него не получилось, как у сотен живописцев из Союза русских художников, найти хорошо продающуюся матрицу и благоустроить своё существование.

В.Е. Татлин не был открытым человеком, его биография мифологизирована. Известно, что он скрывал свои идеи до обнародования. Как и большинству российских художников и дизайнеров тех лет ему не хватало методологической системности. При этом он склонялся к метафизическим конструкциям и теоретизированию, обладал хорошей интуицией. Творческие люди амбициозны и одновременно ранимы: им сложно понять истинное значение своей деятельности. Да и кто судьи? Сложно доказать, был ли спор между Татлиным и Малевичем о духовном и материальном, в котором якобы Татлин выдернул стул из-под Малевича, предложив тому «*посидеть на геометрии и цвете*».

Даже если эта история произошла в действительности, она мало отражает суть В.Е. Татлина и К.С. Малевича: Малевич не был беспочвенным идеалистом, проектировал и пространственные структуры, и прототипы новой архитектуры, и бытовые предметы (выпускаются Императорским фарфоровым заводом). И Татлин не отрицал «геометрии и цвета», не был «легендарным» материалистом. Многие тогда были людьми идеи, талантами, существовавшими на вершине «пирамиды Маслоу» – то есть на уровне гениальности, то есть одержимыми реализацией идей, а не просто «хлебом насущным». Они обладали, и Татлин больше других, мощной, почти звериной интуицией, ощущением глубинных общественных потребностей.

Создатели дизайна 1920-х гг. благодаря почти звериной интуиции приближались к сути вещей. «Социальное» становилось мотором активности. Вспоминая встречу с Татлиным на персональной выставке 1932 г., один из мемуаристов писал: *«Я обошел эту удивительную выставку, похожую на мастерскую жестящика. Зрителей, несмотря на солидную рекламу ее устроителя, было мало. Я нашел Татлина. Он стоял около одного из своих «инженерных произведений» и с каким-то неверующим зрителем спорил о будущем, вечном искусстве.*

– Да, – твердо сказал он неверующему, – мы работаем для зрителей, которые появятся только через тридцать лет. В Москве, – уверенно добавил он, – знаю, наших зрителей еще нет, но это нас не огорчает. Мы глубоко верим, что они будут.

– Ну, а если они, товарищ Татлин, не появятся, что будет с вашими жестяно-картонными натюрмортами, – спросил я, вмешавшись в эту импровизированную дискуссию. – История искусства, – продолжал я, – не знает таких удивительных скачков. Несмотря на свою динамическую сущность, искусство весьма консервативно. Прекрасные стенные фрески, которые археологи в древних пещерах находят, написаны около десяти

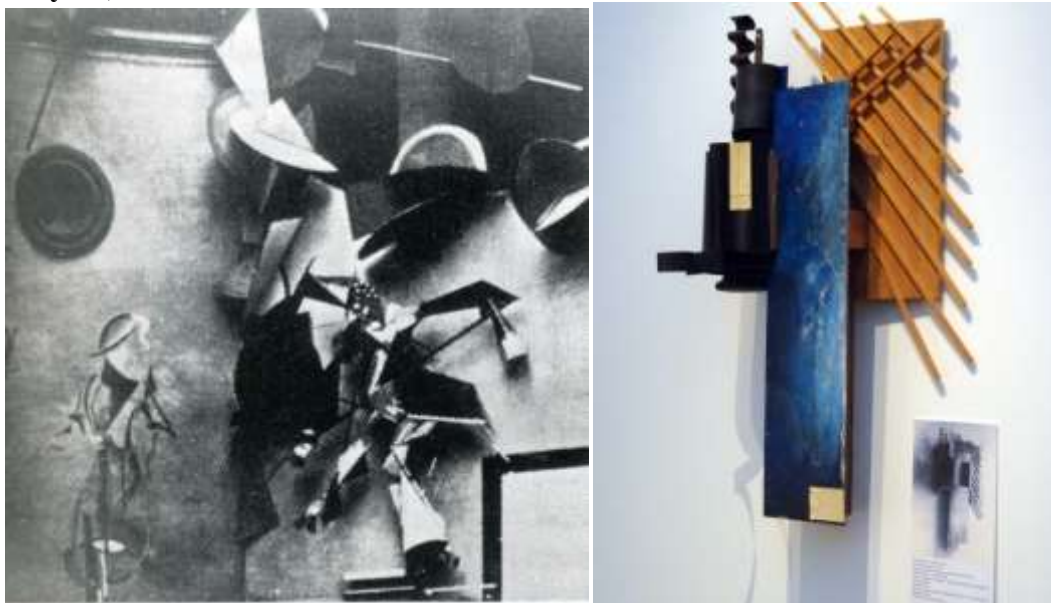
тысяч лет тому назад, и, что удивительно, фрески очень напоминают стенную живопись современных декоративных художников. Очевидно, спираль, которую вы любите, владеет душой живописи.

Татлин молчал. После долгого раздумья, он сказал:

– Я пришел к этому выводу не сразу. После революционных дней, когда надежда и вера то возникали, то обманывали, я, наконец, увидел новый горизонт. И понял, что я на верном пути» [Нюренберг А. М. (1887–1979). Одесса–Париж–Москва. Воспоминания художника. Татлин. URL: <http://www.maslovka.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=131>].

Оценивая главное в Татлине и его работах, Марина Терехович написала: «Казалось бы, бесполезные вещи, но именно вещи-манифесты, вещи-проекты, вещи-идеи с заложенной в них футуристической программой важны для развития цивилизации» [Марина Терехович. Тайновидец из отряда солнцеловов. К 125-летию со дня рождения В.Е. Татлина // Архитектура. Строительство. Дизайн. — 2010. — № 4. — С. 64—69. URL: <http://www.archjournal.ru/rus/04612010/tainovidec.htm>].

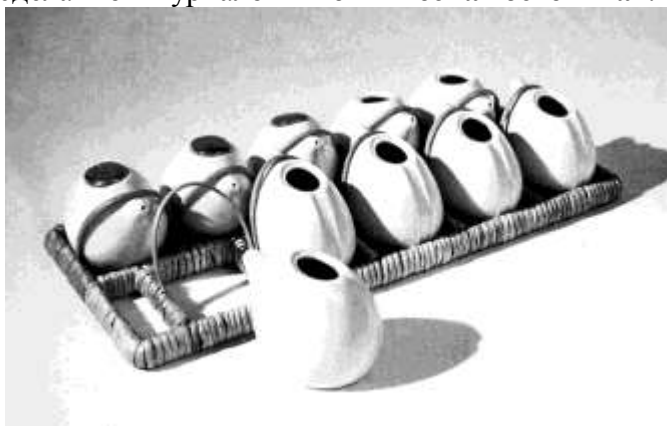
В 1913 – 1916 гг. Татлин занялся контррельефами (живописными рельефами) под лозунгом: «Ставим глаз под контроль осязания». Они становятся «материальной живописью», появляются на выставках в Москве и Петербурге. Благодаря тесным связям между российскими и европейскими художниками, эксперименты Татлина становятся известными и популярными среди дадаистов, отрицавших искусство-украшение, умение «делать красиво» (слова художника Моментальникова у Маяковского). Дадаизм в те превращает повседневные предметы, материальные объекты и действия, слова, тексты, полиграфию в пространственные вещественные художественные объекты (реди-мейд) — вроде объекта-павильона «Merzbau» Курта Швиттерса (находится в Ганновере, в Шпренгель-музее).



Фрагмент зала кафе «Питтореск». Справа – Контррельеф, 1916. Реконструкция.

Как Леонардо, Татлин стремится искать идеальные формы для всего, на что падает его мысленный взгляд. Не разговор, словесная мотивация, а интуиция и воображение объединяют летательный аппарат Татлина «Летатлин» и летательные проекты Леонардо, музыкальные инструменты обоих. Небольшая разница: Леонардо делал лютни, Татлин – бандуры. Для Татлина не существовало стереотипов, как Фома неверующий, вернее, как обычный русский человек он до всего пытался дойти сам, руководствуясь только погружением в природу вещей. То, что он разрабатывал, создавалось как бы впервые, и его разработки обладают уникальными свойствами. Родился сын, понадобился детский поильник, и Татлин придумал его – фарфоровую непроливашку, учитывающую, что у детей

слабая координация, не очень хорошо разработаны моторика и рефлекс, да еще и развит «экспериментаторский» рефлекс. Или поставил Татлин задачу – создать печку с высоким коэффициентом теплоотдачи. По свидетельствам аналитиков, она действительно эффективнее традиционной. О ней мы узнали относительно недавно, по перепечатке заметки Б. Арватова, сделанной журналом «Техническая эстетика».



Интерес к Татлину оживился после нескольких десятилетий беспамьяства: на стыке 1960-х – 1970-х гг. Первая публикация о нем в журнале «Декоративное искусство СССР» привела к обвинениям журнала в «ошибке». **Михаил Федорович Ладур** (1903 – 1976), вышедший из культуры 1920-х – 1930-х гг., бывший тогда главным редактором журнала, взял на себя смелость провести несколько дискуссий о производственном искусстве: «**Может ли машина быть произведением искусства?**» (1961 – 1963), «**О красоте и пользе**» (1967 – 1970). Распаханная Ладуром почва позволила **Ларисе Жадовой** и её мужу, влиятельному **Константину Симонову**, соединить авторитеты Союза писателей СССР, Союза художников СССР, Центрального государственного архива литературы и искусства, чтобы в Центральном доме литераторов 10 февраля 1977 г. открыть основательную и яркую выставку работ В.Е. Татлина (эксподизайнер **Евгений Абрамович Розенблюм**), снять фильм «**Какая интересная личность**» и показать его по отечественному телевидению [«Какая интересная личность», режиссер Дмитрий Чуковский, оператор Марина Голдовская; производство Главной редакции литературно-драматических программ Центрального телевидения, 1977 г.] Своеобычный эффектный каталог разработал Михаил Аникст: в вертикальный макет, спроектированный в поворотной симметрии, под тёмно-красной крышкой с «конструктивным» скелетным пространственным шрифтом, он «упаковал» материалы выставки. Каталог стал примером хорошего типографского дизайна 1970-х гг., да ещё и первым источником фактов о мастере и его работах. В нём же были факсимиле педантичных записных книжек: оказалось, что Татлин аккуратно записывал и зарисовывал в блокнот все инструменты, рецепты, технологии. Подготовленная позже Л.А. Жадовой монография «**Татлин**» была вначале напечатана в Венгрии в издательстве «**Корвина**», много позже появилась литература на языке мастера.

В фильме кто-то из участников вспомнил эпизод: перед Татлиным стояла проблема – сделать декорации к спектаклю, кажется, по пьесе **Бориса Лавренёва «Тринадцать»**, в которой действие происходило в пустыне. То, что придумал Татлин, можно отнести к самым отчаянным решениям. На «голой» сцене были поставлены листы фанеры, за ними – тазы с водой, по бокам появились мощные дуговые прожекторы, используемые во время киносъемок. Они светили на воду. Сильнейший свет прожекторов создавал ощущение жара и слепящего солнца, так что казалось, что раскалена сама фанера. Малейшие колебания поверхности воды при движении актеров создавали мельтешащие блики на стенах сцены и зала. Ощущение жара, пекла было полнейшее. Не уверен, можно ли было в такой атмосфере играть или смотреть спектакль. Но решение максималистское и точное для передачи ощущения пустыни.

В.Е. Татлин глубоко исследовал процессы и явления, приходя к уникальным решениям. Около 1928 г. Владимир Евграфович поставил задачу сделать летательный аппарат, который приводился бы в движение человеком (1928 – 1932). Слово «Летатлин» подсказано **В. Ходасевичем**, под этим именем он и вошел в историю. Авиационные инженеры отзываются о проекте «Летатлин» как одном из самых интересных, оригинальных и инновационных, хотя до сих пор мы судим о нём по фотографиям и реконструкциям. Похоже, в развитие татлинской идеи возникли дельтапланы и современные летающие устройства, которые становятся всё разнообразнее. Известно, что Татлин изучал строение птиц, шёл от аналогии с природой, испытания как будто проводились с колокольни Новодевичьего монастыря, и в конечном счете аппарат был повреждён. Проект, оставшийся вещью-манифестом, «вещью-идеей», повторяется в нововделах, на выставках и в книгах – слишком смело. Очень по-русски: идея-заявка «на потом».

В.Е. Татлин трепетно относился к славе, но скорее служил идее нового мира. Круг его интересов велик. Помимо уже упомянутых разработок был проект «**Памятника III Интернационала**» (1919 – 1920). Он создавался как действующий функциональный и одновременно символический кинетический объект из двух самостоятельных спиралей, связанных наклонной опорой, параллельной оси Земли. Тело составляло из сетки распорок-перемычек. Высота конструкции – 400 м, цифра, кратная диаметру земного шара. Флаг, радиомачта, агитационные надписи – обычный символический антураж проектов отечественных творцов. Внутри предполагались стеклянные рабочие помещения в форме куба, конуса, цилиндра и полусферы.

Самый нижний объем – куб должен был вращаться с периодичностью один оборот в год, внутри размещались представительские органы Коминтерна. Выше – пирамида, предназначенная исполнительным органам, скорость её вращения – один оборот в месяц. В цилиндре размещался секретариат, и он мог вращаться со скоростью оборота в неделю. В верхней части башни — полусфера, двигавшаяся со скоростью один оборот в час, это – информационное бюро и радиостанция.



Башня III Интернационала и реклама дивана Edra «по мотивам» башни

Без этого символа революционного прорыва в будущее, спроектированного на стыке скульптуры, дизайна, архитектуры и инженерного искусства уже не бывает книг по искусствам XX в. Над башней витает флёр радикализма и одновременно проектного остроумия. Башня время от времени вызывает интерес новых проектировщиков, примером чего служит 3D реконструкция (ролик длиной 3 мин. 10 сек.), выполненная в 1997 — 1998

гг. группой специалистов разных стран в Массачусетском технологическом институте под руководством японского профессора архитектуры Такешико Нагакуры (Takehiko Nagakura). Её можно увидеть в первом выпуске ташеновской *Architecture Now* [Philip Jodidio. *Architecture Now*. Vol.1. – Köln: Taschen, 2001, p. 428 – 431.] По мысли Т. Нагакуры башня нависает над Петропавловской крепостью, что выглядит странно и неуместно. Расчёты нагакуровской модели делались инженерно, для «подлинности» окраска модели башни имитирует «историчные» потертости и ржавую патину.

Проект Татлина почти сразу стал известен в Европе, превратившись в объект критики и восхищения, парафраз графических пародий, шуток, панегириков. Частично татлинская идея впервые реализовалась в Останкинской телебашне. Построенная в 1963 – 1967 гг. великим **Николаем Васильевичем Никитиным** (1907, Тобольск – 1973, Москва), она имела несколько ярусов, в том числе три яруса ресторана «Седьмое небо» и смотровой площадки, которые впервые в подобном сооружении вращались с периодичностью один оборот в час. При ясной облачности отсюда можно было увидеть панораму всей Москвы.

Закончил свою жизнь Татлин, будучи макетчиком в Московском университете – «прекрасный» итог для заслуженного деятеля искусств России с удостоверением № 1.

В заключение порассуждаем на тему «Татлин и русский дизайн».

В дизайне есть игровое начало. Случайно ли оно появилось? Вот стол и все: единственный живой его признак проявляется в том, что он скрипит, как старый ленивый дедушка: не тронь, а то расшумлюсь.

Разработки Татлина были интерактивными: стул, летательный аппарат, поильник. Они связаны с человеком, реагируют на него, подчиняются и взаимодействуют с ним. Пожалуй, аналогов им не было. Сегодня интерактивность стала одним из основных свойств современных предметов.

Мало информации о «Летатлине», не считая того, что с момента появления он время от времени экспонировался – в Пушкинском музее, парижском Бобуре, публикуется в книгах. Совершенно достоверных данных нет. В этом – обычная русская привычка с равнодушным почтением относиться к настоящему, обольщаться надеждой на будущее и не придавать значения прошедшему. В случае с Татлиным ситуация усугублялась его подозрительностью, опасениями кражи идей. У Татлина был определенный комплекс: он серьезно относился к тому, что делает, ощущал значимость его. Начиная работать, осторожно распространялся о замысле.

Сегодня в безгранично размножившейся самодеятельности ещё и мысль не сложилась, а уже клубятся масс-медиа, смело представляющие намерения как реальность. Беспамятство и легкомыслие – частый порок.

У Татлина при выборе тем проектов, в поисках и разработке методов соединялись личное любопытство, проектный вызов и амбиции. Он потому и стал одним из первых дизайнеров мира, что искал больше новые функции, чем формы — мыслил проектно, инновационно. Результат не велик, но и не мал – Татлин остаётся «занозой» для амбициозных дизайнеров. Им руководила не «монетарная» мотивация, а своеобычное мессианство — всё перепроектировать заново и тем осчастливить человечество. Он был настоящим художником, ибо именно мотивация, как мы понимаем сегодня, делит людей на «творческих», которых всего несколько процентов от общего числа, и всех других, движения которых определяются модой, выгодой, личным интересом — культурным стереотипом. По поводу таких людей заявлял, как упоминалось, Фридрих Шлегель: «*Энтузиазм есть принцип искусства и науки*» [Фридрих Шлегель. «Об энтузиазме или о мечтательстве»: вступительная лекция в Йенском университете 18.10.1800. Цит по: Берковский Н.Я. Романтизм в Германии. – Л.: Художественная литература, 1973, с. 26].

В проектах Татлин прибегает к предельно простым подручным материалам, простым приёмам и технологиям, используя поэтику: акцентный красный цвет, шрифт, элементы бионики, чувство материала, творческую интуицию.

Что бы сегодня ни говорили о «большевиках», как бы ни трансформировалось в свое время это движение и связанный с ним политический режим, грамотность дорогого стоит, а привычка читать – единственный способ развить интеллект, сделать человека сознательным и, в конечном счете, свободным, вооружив знаниями, умением приобретать мировой опыт. Книга, слово – основной вразумляющий фактор. В культурной революции были «замешаны» все российские дизайнеры. Они проектировали книги, плакаты, журналы и газеты, выставки, общественную среду, занимались обучением и образованием молодежи. В конечном счете, страна стала грамотной и одной из наиболее образованных. Не только благодаря политике «партии и правительства», как уверяли холостые лозунги 1970-е гг., но благодаря тому, что дизайнеры находили эффективные и действенные решения. У Татлина, Лисицкого, Родченко и других было проектное мышление. Родченко ещё и разъезжал по стране, проводя выставки и создавая от имени и на средства Наркомпроса рабочие клубы.

В нынешней российской жизни дизайн 1920-х гг, в том числе и татлинская башня, скорее симулякр реальности: в центре Москвы **Сергеем Ткаченко** воздвигнут «элитный» жилой комплекс с претенциозным названием «**Патриарх**», украшенный исторической ярусной декорацией, колоннами, антаблементами, скульптурой. И на макушке возвышается мелкий рудимент – что-то похожее на татлинскую башенку. Нелепый клон, противоположный прорывному и самостоятельному духу 1920-х гг.

Композиционный закон контраста – закон жизни. Контраст неизбежен, неотделим от жизни и жизненности. В мире без противоположностей ничего не бывает: старое – новое, день – ночь, мужчина – женщина, юность – дряхлость, зима – лето, добро – зло и так далее. Контраст, конфликт – основы движения мира, его развития, изменений. Не случайно широко вошли в научный обиход понятия «гомогенный» (однородный) и «гетерогенный» (разнородный). Специалисты, изучающие психологию зрительного восприятия, природу утверждают, что формы одинаковые, однородные, гомогенные действуют на сознание как «метрические», «угнетающие психику», «агрессивные». Разнородные, контрастные, сложноустроенные формы – позитивные, жизненные и благоприятные для человека. В понятийный обиход вошёл «когнитивный диссонанс» – конфликте противоречий, мотивирующий познание.

В разностях обнаруживается сложность и единство мира – его разнообразие, целостность – жизнь. Погружаясь в формы, идеи и импульсы советского дизайна 1920-х гг, в его «нутро»: язык, семантику и морфологию, приходишь к выводам, что за кажущейся бедностью и простотой форм кроется сочувствие к человеку. Задумываясь, откуда взялось обилие новых форм, не имевших корней в прошлом, понимаешь, что они выводились не из логики, рациональности, но прежде всего – из синергии устремлений, интуиции, «творческого сознания», которое недавно стало предметом исследований учёных, занимающихся природой мышления, и которое, как это известно творческим людям, богаче обоснований, планируемых результатов. Интуитивно-образное мышление истинно.

На примере стула Татлина понятна ещё одна уникальная особенность искусства и дизайна в его проектной форме: интегрированный характер. Интегративность не сумма красивых деталей, а нераздельность, вернее, такая связь всех параметров и элементов: функции, конструкции, форм, материалов, красоты линий и пятен, силуэтов, эргономики, которые невозможно изменить, не разрушив целого. Стул враждебен людям, которые хотят иметь просто функциональный предмет. Он открыт людям, восхищающимся линиями, формами, у которых есть потребность в проектной новизне и красоте.

Любой дизайнерский продукт мы не должны воспринимать «картинкой» и комфортом, который, как известно из антропометрии, заканчивается дистрофией тела и духа. Только реальный контакт с вещью позволяет её понять. Многие вещи той эпохи не производят впечатление на слайдах или в иллюстрациях, но на деле являются потрясающими.

Дизайн не остановился в своей человечности и сочувствии. Когда видишь, как почти беззвучно шкаф или стеллаж «Домус» (Domus, фирма «V&V Italia») трансформируется, работая корректно и «интеллигентно», без скрипов и заминок; какие едва слышные звуки издают механизмы, возникает восхищение инженерным гением создателей — студия «Кайрос», возникает восхищение человеческим гением.

Когда открываешь створки шкафа «Риплей» той же V&V, понимаешь, что она работает и как распашная, и как створка шкафа-купе – как потребнее хозяину. Превращение распашного шкафа в шкаф-купе происходит просто, легко, почти беззвучно. Внутренне пространство моделируется пользователем – владельцем в широких, но не бесконечных – определённых эргономикой пределах. Так же вариативны – в рамках всё той же идеологии – варианты отделки, гамма тонов, цветов, фактур дерева, металла, покрытий поверхностей. О, какая хорошая игрушка — можно просто стоять и открывать-закрывать ее. Каждый раз, подходя к мебели разных коллекций фирмы «V&V Italia», трудно удержаться от детского желания поиграть, собрать и развести створки, подвигать плавающие панели стеллажей и так далее. Схожие игровые позы приходилось наблюдать у людей, касавшихся этих предметов.

Проекты Татлина и других пионеров появились в другое время. Дизайн не был столь изощрён технологически, не было прецизионного оборудования, современных материалов, да и конструктивные мозги были механистичнее. Но потребность в поиске, способность находить новые темы, задачи, проблемы и решения – эта основа проектности – была заложена в те годы и остаётся мотором и сегодня.

КАЗИМИР МАЛЕВИЧ

Казимир Северинович Малевич (1878, Киев – 1935, Ленинград), которого иногда представляют дизайнером и даже соперником Татлина, вовсе не был дизайнером – живописцем. Он теоретизировал, не совсем стройно и последовательно. Но он создал крупное художественное явление – супрематизм (от *supreme* – высший, высшая форма живописи или живописная метафизика), который опирался на беспредметную выразительность. Малевич воспитал учеников, искренне преданных искусству. Он занимался архитектурами, так именовались геометрические объёмно-пространственные композиции. Архитектуры выполнены из гипса, К. Малевич изготовил их до десятка, делали их и его ученики – Николай Михайлович Суетин (1897 – 1954), больше других – рано ушедший из жизни, но чрезвычайно продуктивный Илья Григорьевич Чашник (1902 – 1929). Архитектуры – прообразы современной архитектуры, поиски которой начались в 1910-е гг., лаконичной, пространственной, геометричной и композиционно подвижной. Сам Малевич предполагал, что это именно прообразы «*архитектуры в жизни*» или «*архитектуры жизни*». Часть архитектур решена в графике – в фотоколлажах и рисунках, правда, для этого придумано новое слово «**планетрон**».

Малевич увлёкся и проектированием бытовых предметов, чашек и чайников, которые были ближе всего архитектурам, а также тканей, в которых использовались приемы супрематической живописи. Супрематистские приёмы в графике, живописи, архитектурном проектировании с тех пор используются повсеместно. Они стали частью языка дизайна, полиграфии и одним из средств современной выразительности. В 1990-х гг. петербургский **Императорский завод** (как теперь называется **завод им. М.В. Ломоносова**) наладил выпуск посуды по моделям К.С. Малевича – дорогих чашек и чайников, как чисто белых, так и подпорченных супрематистской раскраской.

Эти предметы необычны: в отличие от тогдашнего и классического фарфора антифункциональны. Малевич руководствуется не удобством, не эргономикой, не тем, как можно будет пользоваться ими, то есть не природой чайника или чашки, и не особенностями церемонии чаепития, и не тем, что было важно для В. Вагенфельда или

традиции. Его интересует образ предмета, возникший в сознании художника, динамичная выразительность формы, композиционный строй и новизна. Формы чайника, чашек действительно необычны, запоминаются ни на что не похожей структурой, они выглядят в разных ракурсах по-разному и постоянно меняются – как в классической греческой скульптуре. Пить из чашек Малевича не слишком удобно – но и со многими классическими формами та же проблема, просто в них другая красота. Так же, как и значительная часть современного искусства, они – очередные «вещи-идеи», а совсем не бытовые предметы, из которых граждане терпеливо хлебуют напитки в отсутствие гостей. Со времен 1920-х гг. борьба против конформизма идёт параллельно с непрекращающейся борьбой за комфорт и функциональность. Впрочем, и в искусствах такая же «петрушка»: искусство – для самоутверждения художника или для «правды», оно – бесполезно и самоценно, или всё-таки имеет более сложные, в том числе общественные функции... Но пользоваться предметами, спроектированные К.С. Малевичем, всё же приятно – для созерцания, например.



Малевич был эпицентром супрематизма, его пророком и толкователем, заразившим многих художников (и не только в России). Супрем-текстилем занимались и рано унесённая из жизни эпидемией «испанки» Любовь Попова, и Варвара Степанова, и многие другие. Супрематизм в текстиле и дизайне костюма возрождается с периодичностью раз в тридцать лет, может быть, и чаще. Одежда с геометрическими рапортами или фигурами возникает как альтернативе господствующим правилам. Сегодня она в силу интереса хипстеров к опытам культуры, к «конструктивизму», а также заложенного внутри геометрии конфликта с «органическим» формообразованием, противостоит аморфной и избыточной псевдобионике. Кроме того, в геометрии форм легко читаются драматизм, энергия и семантика, запрограммированные автором

Супрематизм интересно разовьётся в книжно-журнальном дизайне, в особенности у Л. Лисицкого, где он соединится с новой конструкцией книги. Супрематические опусы вошли в образовательные программы дизайнеров, считается, что именно супрематизм и его несложный, но броский геометризм формирует тектоническое, конструктивное мышление и обучает приёмам смысловой и эмоциональной выразительности языка.

Хотелось бы закончить этот раздел двумя суждениями. Когда-то Фредерик Филипс, создатель концерна имени себя «Филипс» (Philips), много сотрудничавший с Россией и подолгу здесь бывавший, пророчески заметил: *«Люди работали старательно, а в лабораториях, которые мы посещали, проводились тонкие эксперименты. Но у нас*

создалось впечатление, что удачная лабораторная разработка будет чрезвычайно медленно продвигаться к стадии промышленного производства – если вообще достигнет её. Боюсь, что это особенность русских интеллектуалов – они живо вовлечены в сам процесс исследования, но едва только получен какой-то достойный результат, их интерес затухает. Похоже, они считают, что превратить научное достижение в массовый продукт совсем не так занимательно» [Филиппс, Фредерик. Формула успеха / Пер с англ. Э. Меленевской. – М.: Вагриус, 2000, с. 115].

Второе суждение принадлежит **Александрю Блоку**, и оно ближе не к голландскому прагматизму, а русскому идеализму. А. Блок писал матери 24 апреля 1910 г.: «*В полетах людей, даже неудачных, есть что-то древнее и сужденное человечеству, следовательно, высокое*» [Шкловский Виктор. Жили-были. Цит по: http://www.gramotey.com/?open_file=1269064887].

На стыке этих непротиворечивых суждений находятся ответы на вопрос, почему множество интереснейших идей, появившихся в отечественной проектной культуре, дали так мало прикладных выходов, не были реализованы, растражированы. В книгах по архитектуре или дизайну XX в. мы видим хорошие западные работы, поставленные на поток, ставшие образами дизайна. Напротив, грандиозная татлинская башня существует только в макетах-новоделах, в фотографиях и чертежах, в американско-японских 3D моделях и фильмах. Она никогда не была построена, и не только она. В России пытаются укоренить иную модель поведения, в том числе творческого. Есть повод подумать о конфликте проектов и практики.

ЛАЗАРЬ МАРКОВИЧ ЛИСИЦКИЙ

Лазарь Маркович Лисицкий (1890, с. Починок Смоленской губернии – 1941, Москва) – четвёртый из всемирно известных российских дизайнеров. Четвёртый не по ранжиру, которого никто не выстраивал: у каждого из пионеров дизайна был свой путь, легенда, но главное — место в дизайне и свои открытия. В отличие от Татлина, он провинциал, родившийся под Смоленском. Как и Татлин, Лазарь Маркович (взявший в 1920 г. псевдоним Эль Лисицкий) много путешествовал. Если Татлин исследовал мир, то Лисицкий подолгу жил и работал в разных городах и странах. Учился в Смоленске, Дармштадте и Москве; работал в Витебске, Москве, Киеве, Берлине, Амстердаме и других городах. Он умудрялся почти одновременно быть в разных местах и поспевал к актуальным художественным событиям, инициатором которых часто бывал сам.

Его первым учителем был витебский живописец-портретист **Юрий Моисеевич Пэн**, ученик великого педагога Павла Петровича Чистякова (создателя первой аналитической методики, давшей И.Е. Репина и В.И. Сурикова, В.А. Серова и М.А. Врубеля, У.А. Сомова и А.А. Бенуа и мн. др. больших и непохожих мастеров).

Ю.М. Пэн организовал в 1892 г. первую в Витебске школу рисования и живописи, её Лисицкий посещает с 1903 г. Кроме Лисицкого учились ещё два впоследствии мировых мастера – скульптор Осип Цадкин и живописец Марк Шагал. Дух эксперимента будет манить в Витебск разных художников: помимо К.С. Малевича, М.З. Шагала и Л.М. Лисицкого, среди них окажутся живописцы П.П. Кончаловский, Р.Р. Фальк и другие.

Хронология и география передвижений Лисицкого причудлива и показательна. Многие молодые тех лет – девятисотых и десятых годов – будут метаться от школы к студии, от одной страны к другой. У Лисицкого будет так: Смоленск (1909, реальное училище), Дармштадт, Германия (1909 – 1914, архитектурный факультет Высшей технической школы); Париж (1912, путешествие), 1913 (Италия, путешествие, по большей части пешком), Москва (1915 – 1916, работает в архитектурном бюро Б.М. Великовского и Р.И. Клейна). Наконец, в 1918 г. подтверждает (нострифицирует) диплом архитектора в высшей Рижской политехнической школе, эвакуированной в Москву. Собственно архитектурой займется лишь около 1925 года, спроектировав несколько конкурсных вещей в стилистике функционализма-конструктивизма. Один проект в 2007 г. атрибутирован как

работа Лисицкого: «Типография АО «Огонек» (с 1931 г. переименована в типографию «Жургаз», 1-й Самотечный пер., д. 17), построена была в 1930 – 1934 г.

1918 г. – работа в художественной секции Московского совета депутатов, служба в отделе ИЗО Наркомпресса. 1918 – 1919 гг. – Киев, Киевская Культурлига...

Витебск (1919 – 1920), руководит архитектурной мастерской и мастерской печатной графики в Народной художественной школе под руководством Марка Шагала. Работает совместно с К. С. Малевичем: оформляет акции витебского Комитета по борьбе с безработицей; создает панно и агитационные плакаты вроде «**Клином красным бей белых!**» для фронта. В Витебске создает в 1919 – 1920 гг. живописные «**проуны**» (проекты утверждения нового) – эскизы пространственных композиций, сходных с архитектурами Малевича, ставшие прообразами сегодняшней архитектуры. Они будут опубликованы позже в Москве (1921) и Берлине (1923). Многие проуны рассматриваются как самоценная живопись, находятся в европейских музеях или являются товарами художественного рынка.



Л. Лисицкий, 1919. Проун 1D. Художественный музей, Базель

В 1920 г. спроектировал «**Альманах Уновис № 1**», создал новый тип книги – книги «для визуального восприятия» – «**Супрематический сказ про 2 квадрата в шести постройках**» (издана в Берлине, 1922). «Супрематический сказ» стал, вероятно, первой в мире книгой, в которой текст и изображение не повторяют друг друга, а конфликтуют, раскрывают и дополняют друг друга. Каждая страница продолжается в следующей, следующая требует обязательного продолжения. Сюжет и образы видоизменяются, развиваясь во времени и пространстве.

Книга показала силу выразительности композиции, собственно, для того и затевалась: обучить ребятшек пониманию языка искусства: зачения форм, их отношений друг к другу и к тексту. Текст и изображение не иллюстративны: обрывается повествование – продолжается в словах. Книга спроектирована так, чтобы слово и изображение, композиционная структура, поля и пятна, цвет, масштаб, композиционные векторы и ритмы были осознаны и дидактичны.

После этого открытия Л. Лисицкого мастера типографики сосредоточились на выразительности всех элементов книги, их взаимодействии в плоскости и пространстве книжного блока. «Серебро» классической полиграфии дополнилось энергией выражения

каждого элемента, новой графики, и их развитием во взаимодействии с текстом. Иллюстрация, прежде раскрывавшая и дополнявшая текст, сменилась символистской многозначной атмосферой, в которой текст и изображение создают острую выразительную среду. И среда эта может быть конфликтной или созвучной тексту, раскрывать такие смысловые нюансы, которые содержатся даже не в тексте, а в сознании художника. Дизайнер становился соавтором писателя, поэта. Книжка адресовалась детям, призвана была помочь развить чувство формы и воображение, творческую фантазию, обучить чтению образов-знаков, выстраивать коммуникацию на интуитивном уровне.

Такие же просветительские и развивающие задачи ставились художником и в плакатах. Первый вариант плаката «**Клином красным бей белых**» (1919), созданный по заданию Политуправления Западного фронта, был вертикальным, чисто супрематическим – без текста. Этот вариант не прошел, так слабо читался. Лисицкий его перестроил, сделал горизонтальную композицию, напоминвшую военную карту с диспозицией «красных» и «белых» противников. Появился призыв: «Клином красным бей белых!»

В Витебске многое делалось тогда впервые, например, постановка футуристической оперы «**Победа над Солнцем**». Лисицкий проектировал «**электромеханическое шоу**» с исполнителями-марионетками, для этого были изготовлены «**фигуринки**», эскизы их опубликованы в Берлине (1923). Что лежало в основе интереса к «механическому балету» (актуальному и в Баухаузе), почему человек превращался в манекена? Это было в метафизической живописи и дадаизме, но там это было декларацией обезчеловечивания мира. Почему эта метаморфоза возникает в начале советского искусства и дизайна? В XX в. очевидно движение цивилизации к техницизму, замене человека своего рода 3D моделями. Почему? Даже с началом массовой роботизации сложно дать ответ на вопрос о побудительных мотивах механистичности. Возможно, это был «эффект новизны», новизны форм и языка, казавшийся «будущим» и актуальным. Или это был протест против слащавой массовой культуры рубежа веков и XIX века? Своего рода научность и «документальность» отражения современности? Но тенденция развивается и в сегодняшней культуре – сценографии, дизайне, изобразительных искусствах, музыке. Техницизм, механистичность стали спутниками пародий на современность. Фраза для размышления (**Чжоуан Цзы, IV в.**): «*От своего учителя я слышал: У того, кто применяет машину, дела идут механически, у того, чьи дела идут механически, сердце становится механическим.*

Тот, у кого в груди механическое сердце, утрачивает цельность чистой простоты, тот не утвердится в жизни разума...»

В конце 1920 г. Лисицкий возвращается в Москву, работает ИНХУКЕ, ВХУТЕМАСе. Осенью 1921 г. – командировка в Берлин. Берлин тогда был чрезвычайно населен беженцами и разного рода перемещёнными лицами, в том числе артистических профессий. Вероятно, там тогда находились от 560 до 600 тыс только русских, 38 русских издательств. По приезде Лисицкий встречается с берлинскими и ганноверскими дадаистами, знакомится с голландскими архитекторами и художниками группы «Стиль» (De Stijl) и становится её участником. Члены группы себя определяли как «неопластицисты», приспособляли геометрическую абстракцию к архитектурной и дизайнерской прагматике, так что оказались духовными братьями мастера. В том же году Лисицкий посещает Баухауз в Дессау.

[De Stijl (Де Стайл, Де Стийл) – название журнала и группы, существовавшей в 1917 – 1931 гг. В неё входили люди всех творческих цехов. Возглавлял Тео Ван Дуйсбург (Theo van Doesburg), живописец, теоретик, критик и издатель одноименного журнала. Название было обусловлено книгой теоретика-прагматика Готфрида Земпера «Стиль в пластических и тектонических искусствах». Вокруг Дуйсбурга собрались живописцы Пит Мондриан (Piet Mondrian), архитекторы и др. Позднее примкнули скульптор Константин Бранкузи, Лазарь Лисицкий, архитектор Геррит Ритвелд, футурист Джино Северини и др. Программа группы декларировала полное обновление искусств, изменение человека изнутри и перестройку внешних условий жизни. Художник должен менять жизнь, общество, что было аналогично российским концепциям «искусства-жизнестроения». Приветствовались утилитаризм, ясность, техницизм.

Геометрическая абстракция стала формальной оболочкой архитектуры, искусств, дизайна. Использовалась ясная и простая палитра: красный, жёлтый, синий, а также дополнительные чёрный и белый]

Эль Лисицкий становится нераздельной частью европейской культуры, участвует в проектах разных стран, показывая замечательную подвижность и творческую продуктивность. Создатели новой культуры признают его «своим», передовым мастером и мыслителем-теоретиком. С того времени и по сию пору его работы публикуются и переиздаются во всём мире, на многочисленных выставках представляются живописные, полиграфические и проектные разработки. На аукционах живопись и проекты редки, типографика появляется на антикварных прилавках и сайтах. В 1977 г. на нью-йоркском аукционе стартовая цена за книгу «**Для голоса**» была установлена в \$4500.

Спроектированная Лазарем Лисицким в Витебске четырехстраничная брошюра К.С. Малевича «**Супрематизм**» в 1977 г. на аукционе в Нью-Йорке была продана за \$22500, что свидетельствует в том числе о признании отечественного дизайнера тех лет.

Начиная с 1922 г. переиздания книг, журналов, работ Лисицкого происходят постоянно – в Праге, Амстердаме, Лондоне, Москве и Петербурге. Международная репутация подтверждает ценность для дизайна и культуры прорыва Лисицкого и российской пионерной проектной культуры в новые смыслы и новые задачи. Скорость и самобытность прорыва удивительна.

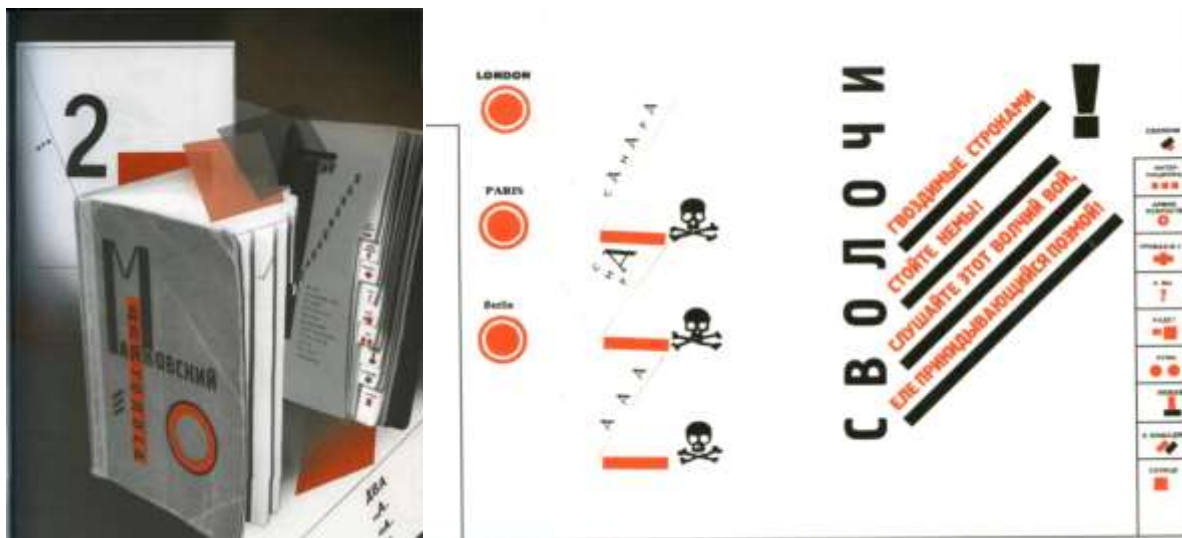
Влияние Лазаря Лисицкого на типографику очевидно, как и его инновации. В 1922 г. он издает с И. Г. Эренбургом журнал «**Вещь**». В течение весны вышло лишь 3 номера – первых и последних: сдвоенный № 1-2 и № 3. Журнал позиционировался как «*международное обозрение искусства и современности*». Он был русскоязычным, по сути, проводил в сознание идеи «искусства-жизнестроения», в журнале социальная, политическая и художественная проблематика была плотно увязана. Часть материалов публиковалась с переводами на французский и немецкий языки. Лисицкий был и дизайнером, развивавшим нефигуративный визуальный язык, и одним из двух редакторов, наряду с Ильёй Эренбургом.

На титуле третьего номера интересные декларации: «*Изобразить машину – всё равно что писать ню*», «*техническая вещь = экономия... супрематическая вещь*», «*человек не является разумным творцом своего тела*», «*машина – урок ясности и экономии*». В дизайне обложек, структуре журнала, подаче материалов использованы приемы экспрессивной верстки полос, плашки, коллаж и практически не используются рисованные иллюстрации – иллюстрации вообще дается бой. Её заменяют документ, фотография, динамичные верстки, плашки и геометрические формы, усиливающие текст. В 1974 г. журнал «Вещь» переведен на английский, прокомментирован и издан вновь. В начале 1990-х гг. предпринимались попытки реанимировать его и в России, но быстро иссякли, как и проект Лисицкого-Эренбурга.

Несмотря на послевоенную неразбериху и потрясения, Лисицкий участвует в организации изданий, выставок, ищет новые проектные средства для европейских и русских журналов в Берлине и других городах. Он становится дизайнером журнала «**Брум**» (Broom), который позиционировался как издание о современном искусстве и предназначался для «экспатрированной» публики в Европе и США (в 1922 г. перемещён издателем из Рима в Берлин). Помимо участия в группе «De Stijl» и в издании её журнала, сотрудничал с дадаистским журналом «**Мерц**» (Merz, 1923—1924, Берлин, издававшимся Куртом Швиттерсом с 1923 по 1932 г.). Находясь в Швейцарии, где он лечился от туберкулёза, создает вместе с баухаузовцем Мартом Стамом журнал «**АВС**»(1925) для молодой художественной публики.

В июле 1923 г. в Берлине появилась газета «**G**» (Gestaltung – оформление, построение, дизайн), в подзаголовке стояло: Zeitschrift für Elementare Gestaltung (журнал простого дизайна), указывалось, что это «*орган конструктивистов в Европе*». Первый номер выглядел, как и многие издания, скромно – большой газетный лист, складывавшийся

вчетверо. Компания участников была показательная – цвет нетерпеливой авангардной художественно-дизайнерско-архитектурной молодежи: Тео Ван Дуйсбург, Людвиг Мис ван дер Роэ, Эль Лисицкий, Ханс Арп, Курт Швиттерс, Пит Мондриан, Наум Габо, Антон Певзнер, Георг Гросс, Джон Хартфилд, Тристан Тцара и Ман Рэй. Позже газета трансформировалась в журнал «G», просуществовавший нерегулярно до 1926 г., в том числе уже без Лисицкого. И в нём – те же приемы: игра букв, текстов, блоков текста.



В 1923 г. появляется принципиально новая для типографики книга – «**Маяковский. Для голоса**» (Берлин), тираж, вероятно, около 2 тыс экземпляров, из которых одну тысячу Маяковский привез в Россию. Работы Лисицкого и, в частности «Маяковский для голоса» неоднозначно воспринимались публикой: от жёсткой обличительной критики Андрея Белого до восхищения со стороны автора стихов Владимира Маяковского. И это понятно: спокойное пространство книги, в котором царила классическая типографика, взрывалось активным вмешательством дизайнера в пространство книги. Дизайнер вновь становится энергичным соавтором текста. «*Оптика вместо фонетики*», – заявлял сам Эль Лисицкий в заметках «**Топография типографики**» [Конструктор книги Эль Лисицкий / Сост. и примечания Е.Л. Немировского. – М.: Фортуна ЭЛ, 2006, с. 110].

Десять программных стихотворений Маяковского были расположены в книжном блоке с вырубкой по краю – наподобие алфавитной книги, только каждое стихотворение обозначалось супрематистской пиктограммой. Книжка невелика и могла носиться в кармане, пиктограммы, при некоторой тренировке, позволяли заметить нужный стих и при необходимости его декламировать. Броско были поданы главные «методологические» установки В.В. Маяковского, содержащиеся в «**Приказе по армии искусств**» (по сути – манифесте дизайна, как и «Приказ №2»): «Довольно грошовых истин. | Из сердца старое вытри. | Улицы – наши кисти. | Площади – наши палитры. | Книгой времен | тысячелютой | революции дни не воспеты. | На улицы, футуристы, | барабанщики и поэты!»

Вторая декларация содержалась здесь же в «**Приказе по армии искусств №2**»: «Пока канителю и спорим, | Смысл сокровенный ища: | «Дайте нам новые формы!» – | Несется вопль по вещам. | Нет дураков, | Ждя, что выйдет из уст его, | Стоять перед «маэстрами» толпой разинь. | Товарищи, | Дайте новое искусство – | Такое, | Чтобы выволочь республику из грязи!»

В 1922 – 1923 гг. в Ганновере, Берлине прошли персональные выставки художника. Внутри Большой берлинской художественной выставки был сконструирован «зал проунов» (1923). В 1923 г. Лазарь Маркович работал в Голландии (Роттердам, Утрехт, Гаага), читал доклады о русском искусстве. В 1924 г. состоялась его персональная выставка в Берлине.

Обострение туберкулеза заставило Лисицкого несколько месяцев провести в санатории в Швейцарии (1924 – 1925), где он работал над статьями об искусстве, подготовил совместно с К. Швиттерсом очередной номер журнала «Мерц» (№ 8-9), приступил к проектированию «горизонтального небоскреба». Размышляя о новой Москве, архитектор предлагает установить на **Бульварном кольце** города высотные сооружения, названные шутливо «**Дома-утюги**», в которых двухэтажная жилая и офисная часть поднимается над существующей застройкой на опорах-лифтах. Благодаря выносу объёмов зданий вверх сохраняется наличествующая застройка и одновременно город развивается бескровно. Проект был опробован единично в уменьшенном масштабе из дерева.



Принцип концентрического расположения высоток в 1940-х – 1950-х гг. был реализован в зданиях-высотках на московском Садовом кольце, а идея вертикально-горизонтального здания будет многократно варьироваться в разных странах, начиная с 1960-х гг. Не случайно «дома-утюги», как называют проекты Лисицкого, стали хитами книг по архитектуре XX в. Мастер создал новый тип архитектуры.

В Вене Лисицкий выставил проект передвижной «**Ораторской трибуны**» или «Трибуны Ильича». Этот бумажный проект любят составители историй архитектуры. Он кажется соответствующим «советской» крови первого русского дизайнера. Тем более, что Лазарь Михайлович использовал в нем фигуру ораторствующего Ленина, популярную в левой молодёжной среде. Главной особенностью трибуны являются не экспрессия и лаконизм, а остроумно найденная формула распределения голоса оратора над большим числом слушающих. В «домикрофонное» и «доусилительное» время звуковая атака сверху над людьми позволяла хорошо слышать голос выступающего, вознесенного над слушателями.

В 1925 г. Л. Лисицкий возвращается в Москву, становится членом Ассоциации новых архитекторов «**Аснова**», представляющей «радикальный» вариант конструктивизма – «рационализм». Рационалисты были максималистской линией советской архитектуры, её интеллектуальной частью. Они разрабатывали проекты городов, уникальные формы современных форм в существующей городской среде. Мастер работает над многочисленными проектами, среди которых «**Лучевой план развития Москвы**». По нему город должен развиваться в северо-западном направлении расширяющимся углом. Проектирует яхт-клуб и текстильный комбинат, дома-коммуны, библиотеки-читальни, комплекс издательства «Правда» (построен по проекту Пантелеймона Голосова). С июня 1925 г. Лисицкий преподает в Вхутемасе-Вхутеине.

Важным личным фактом стала женитьба в 1927 г. (после нескольких лет переписки) на Софии Кюпперс (Sophie Lissitzky-Küppers), немецкой галеристке, получившей в наследство бизнес мужа и, как бы сегодня сказали, работавшей куратором выставок новых

художников. София переезжает в Москву с двумя детьми к своему деятельному мужу в комнату в московской коммуналке. Эту комнату София поменяет на деревянный дом на Сходне, где семья разместится относительно просторно. Позже родится сын Борис (после эмиграции в Германию в наше время – Йен). Именно София сохранит наследие дизайнера и поможет реанимации его творчества, подготовив фундаментальный альбом с работами мужа и текстами [El Lissitzki. Maler. Architekt. Typograf. Fotograf. Erinnerungen, Driefe, Schriften. Übergeben von Sophie Lissitzki-Küppers. – Dresden: VEB Verlag der Kunst, 1967. - 409 S.; 239 Abb.]

В 1928 г. он проектирует экспозицию советского павильона на Международной выставке печати «Пресса» в Кёльне; советский отдел Международной выставки «Фильм и фото» в Штутгарте (1929); советские павильоны на **Международной выставке гигиены** в Дрездене и на **Международной выставке пушнины** в Лейпциге (обе 1930). В 1927 – 1928 гг. по его проекту был спроектирован «**Абстрактный кабинет**» в Ландес-музее в Ганновере (земля Нижняя Саксония). Он становится главным эксподизайнером СССР и проектирует многочисленные выставки вплоть до 1940 г. Разрабатывает стенды с кинетическими объектами, приводившимися в движение электромоторами, разрабатывает графические стили, включающие в себя плакаты, буклеты. Создает пространственные структуры, использует крупные шрифты, прибегает к фотоколлажам с активными цветами и формами. Эта часть творчества его творчества стала основой для развития мирового эксподизайна и для ушедшей в девяностые годы клубной наглядной агитации. Остроумные и экспрессивные технологические и художественные находки Лисицкого сохраняют актуальность, правда, у нас они мало известны.



Л. Лисицкий, 1927-28. Проект залов для Нижнесаксонской галереи в Ганновере. Лисицкий, 1927. Справа - обложка для издания Вхутемаса и «Супрематический сказ про 2 квадрата в шести постройках», 1922

В 1932 – 1940 гг. как дизайнер и фотографик он делает совместно с А. Родченко журнал «СССР на стройке». В 1935 г. становится главным художником **Всесоюзной сельскохозяйственной выставки** в Москве. Обратим внимание: в проектах эксподизайна, а также на ВСХВ под его началом работают большие творческие коллективы, широко использующие новые технические и инженерные наработки. Была среди работ Эль Лисицкого и сценография: для театра Всеволода Мейерхольда он создал сценическую установку к пьесе Сергея Третьякова «**Хочу ребенка**» (1929– 1930).

Теоретические работы Лисицкого написаны на русском и немецком языках [El Lissitzky. Typographische Tatsachen z.B. // Gutenberg-Festschrift. Zur Feier des 25-jaerigen Bestehens des Gutenbergmuseums in Mainz. – Mainz, 1925.S. 152-154; El Lissitzky. Russland: Architektur für eine Weltrevolution, 1929; El Lissitzky. Russland. Die Rekonstruktion der Architektur in der Sowjetunion. – Berlin, 1930; El Lissitzky. Russia: An architecture for world revolution. – London, 1970].

В 1930-х гг. мастером подготовлены альбомы «15 лет СССР», «15 лет РККА», «СССР строит социализм» и др. Наследие Лазаря Лисицкого хранится в Третьяковской галерее. Крупнейшая в Европе коллекция работ находится в **Эйндховене** (Голландия), работы есть в крупнейших музеях – **Музее Гуггенхайма**, **МОМА**, **Галерее Тейт**, музеях Германии (например, в **Шпренгель-музее** в Ганновере), в Швейцарии.

Лисицкий скончался от туберкулёза в морозном декабре 1941 г. Судьба Лисицкой-Кюпперс была непростой и совершенно точно ею не заслужена. Она прожила скромно в Новосибирске до 1978 г., передала работы Лазаря Марковича в государственные музеи, организовала в Академгородке первую за долгие годы выставку работ мужа, подготовила при посредстве **Агентства Печати Новости** для издания в ГДР фундаментальную книгу о нём, крупнейшем дизайнера века.

Многие из тех, кто занимается дизайном, архитектурой, графикой, о Лисицком почти не знают. Лазарь Маркович был изобретатель, инноватор широкого профиля: в архитектуре он конструктивист, функционалист (если пользоваться европейским термином), в типографике – создатель инновационной типологии книги, шрифтовик, фотографик.

Будучи архитектором, он в архитектуре создал «бумажные проекты» и единственное здание типографии журнала «Огонёк». Но и бумажные проекты реализуются в своё время, когда содержащиеся в них предложения падают на плодородную почву. На проектную практику повлияла его живопись: «проуны» Лисицкого являются композициями, блестящими по лаконизму и динамике, по организации пространства. Они спровоцировали современную пространственную архитектуру, в которой классические законы формообразования приобрели современное звучание.

Он считал необходимым обучать зрителей пониманию языка выразительного искусства, став дизайнером-просветителем, а не только социальным проектировщиком. В средствах, которыми пользовались художники 1920-х гг., есть простота и правда. Визуальная культура стала сложнее, итальянский учёный О. Калабрезе её охарактеризовал как «культуру необарокко». Но лаконизм двадцатых на удивление совпадает с молодёжной контркультурой, например, с т.н. «дауншифтингом», течением, отрицающим преуспеяние, карьеру, избыточный материализм – *«отчуждение человека от его человеческой сущности»* (К. Маркс). Под влиянием дизайна молодёжная среда противопоставляет успеху, конформизму творческую самореализацию, *«простую жизнь»* – *«жизнь для себя»*, *«для размышлений и понимания»* [подробнее: Бутонова Н.В. Дауншифтинг. Новое правило – отказ от всяческих правил. Новые традиции. Коллективная монография под ред. Е.Э. Суровой и С.А. Рассединой. – СПб.: ИД Петрополис, 2009, с. 169-176. URL: <http://ec-dejavu.net/d-2/Downshifting.html>; Дэвид Брукс бобо в раю: откуда берется новая элита / Перевод с английского Дмитрия Симановского. – М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2013. – 296 с.]

В своём творчестве Лисицкий выявлял красоту и выразительность простых форм, ценность освобождённого от излишеств и пошлой роскоши богатства; ценности творчества и «умного», свободного, творческого бытия. Эти ценности актуальны сегодня, хотя их формальное выражение во многом изменилось. Комиссар всемирной «**Экспо-2000**» в Ганновере (девизом которой стал «Человек – Природа – Техника») **Биргит Бройль** сформулировала актуальную философию так: *«Нельзя больше жить с девизом «быстрее, дальше, выше». Мир должен стать человечнее»*. Дизайн 1920-х гг. с поиском сущностей, внутренне присущих предметам и процессам, опирающийся на главную потребность человека в самореализации, оказывается актуален, в отличие от клиентской «культуры услуг», свободной от «внутреннего стержня» и ценностей, озабоченной «престижами», «статусами», «имиджами», «успехом» [] всей этой растратной пустотой, отдаляющей человека от себя.

ДИЗАЙН США

Мы иногда говорим об американском дизайне, подразумевая под ним именно дизайн США, однако слово «американский» употребляется некорректно. Америка – большой континент и дизайн развивается успешно в США, Канаде, Чили, Бразилии и других странах. Один из известных мировых проектировщиков – чилиец Ги Бонсип. Даже название Соединенные Штаты не вполне корректно, есть ещё и Мексиканские Соединенные Штаты. Само понятие «американский» касается многих стран. Сейчас речь пойдет о дизайне Соединенных Штатов Америки. В прежние советские далекие годы Америку, ту которую мы называем США, именовали САСШ – Северо-Американские Соединенные Штаты.

США или «Америка» – будем использовать два эти разговорных, но неполиткорректных термина – создали дизайн в конце 1920-х – 1930-е гг., причем в тогдашнем американском дизайне было несколько специфических моментов. Один из них состоял в том, что дизайн возник во времена «**Великой депрессии**», она же – всемирный экономический кризис рубежа 1920-х–1930-х гг. Дизайн выстрелил более чем вовремя и утвердил себя в глазах общества, прежде всего бизнеса. Произошло это благодаря тому, что в США в этот период оказалось много европейцев, не исключая мастеров Баухауза.

Среди приезжих важны были не носители «чистого дизайна», сколько те, которые проектировали бытовую среду и приборы на основе искусств: театральные художники, декораторы, инженеры. Они владели языком образов и культурно оказались ближе к капитанам бизнеса. А уж психологию обывателей понимали как собственную, и при этом ощущали не только насущные потребности сограждан, но и ещё не сформулированные. Именно эти – другие, художники-дизайнеры, далёкие от складывающихся правил функционализма, обеспечили успех своих разработок у потребителей и предпринимателей.

Ещё один фактор – к формированию дизайна подключился пёстрый и широкий круг граждан. Сложилась редкая ситуация, когда самые разные слои общества участвовали в создании «американского дизайна». Судьбы и пути в профессию дизайнеров были разными. **Норман Бел Геддес** (Norman Bel Geddes; 1893, Адриан, штат Мичиган –1958, Нью-Йорк) – американец по рождению, был плодовитым и разносторонним театральным художником, пришедшим в дизайн и увлекавшимся квазифутуристическими формами, какими они тогда воображались.

Парижанин **Рэймонд Лоуи** (Raymond Fernand Loewy, 1893, Париж – 1986, Монте-Карло), автор бесчисленного множества промышленных, графических, концептуальных проектов, создавший классику американского дизайна. В 1919 г. эмигрировал в США из Франции, и только с 1938 г. стал гражданином страны. По образованию инженер, занимавшийся авиамоделированием. Участник Первой мировой войны, уехавший из разорённой Франции, как и огромное число европейцев в поисках лучшей жизни, говорят, – с пятьюдесятью долларами. В США он занимался поначалу иллюстрированием журналов мод, позже многие годы создавал успешные проекты, ставшие образцами и узнаваемыми марками американского дизайна.

Джордж Нельсон (1908, Хартфорд, Коннектикут – 1986, Нью-Йорк) – по образованию бакалавр искусств, по первоначальным занятиям художник, журналист, редактор журналов – не вполне дизайнер. Закончил Йельский университет со степенью бакалавра искусств. Начинал архитектурной критикой, стажировался у ряда архитекторов, получил Римскую премию по архитектуре; архитектуре обучался в Американской академии в Риме (1932 – 34). В 1935 – 1944 гг. редактировал журнал «**Architectural Forum**». Став известным критиком, знакомым с крупными архитекторами, например, Ф.Л. Райтом, был в 1945 г. приглашён в мебельную фирму «**Герман Миллер**» (Herman Miller), где проработал 20 лет. Там же с 1946 г. работал **Чарльз Имс**. В 1947 г. Нельсон создал собственную фирму, ставшую впоследствии одной из крупнейших в США фирм независимого дизайна.

При штате в 20 – 25 человек фирма Нельсона проектировала крупные и статусные разработки в разных сферах архитектуры и дизайна. Призывы в профессию были разными.

В создании американского дизайна приняли участие музейщики, исходившие из внутренней потребности «насадить» в малокультурной стране «передовую» европейскую культуру. Это помогло бы преодолеть исторический комплекс провинциальности, долго витавший над американскими интеллектуалами. Музей современного искусства в Нью-Йорке, как свидетельствуют **Р. Розенталь и Х. Ратцка** за 20 лет с 1930-х до 1948 г. организовал и «прокатил» по стране выставки дизайна в **750 городах** [Розенталь Р., Ратцка Х. История прикладного искусства нового времени. – М.: Искусство, 1971]. Это колоссальный труд и значительная пропаганда дизайна в его расширительном значении – от утвари, то есть предметов быта, до кинематографа. Выставки привлекали внимание к функциональной, то есть европейской модели дизайна, тогда как собственные культурные предпочтения граждан вращались вокруг ар-деко и эклектичного «колониального стиля».

Дизайн в Соединенных Штатах к 1920-х гг. стал ускорителем большой экономики. Он был коммерчески успешным. Промелькнула цифра, что каждый доллар, вложенный в дизайн, даёт доллар прибыли. На деле цифра много выше, в особенности в технологичных производствах. Это очень высокая норма прибыли, обычно она от 3% до 7%. США создали по-своему образцовую и эффективную цепочку подготовки специалистов: школы дизайна – производство – общество. Школ дизайна свыше 120, они организованы прагматично. Есть прикладные школы на базе крупных производств, прежде всего автомобильных. Второй тип – школы университетского типа (колледжи), в таких вокруг дизайна группируются критика и искусствознание, реклама и журналистика, медиа, включая прикладную фотографию, анимацию и собственно мультимедиа, телевидение. Как правило, среди специальностей есть и **дизайн-менеджмент** или «управление проектами». У школ есть связи с предприятиями, на которых работают успешные выпускники.

Развитый подбор профилей приносит эффект: между студентами возникают контакты, что, в конечном счёте, даёт синергию в профессиональной практике. Около 80% американских дизайнеров заканчивают магистратуру и докторантуру, высоко ценятся образовательный ценз, прикладные навыки, мобильность и умение работать в коллективе.

США насаждали собственный дизайн во всём мире. Например, с 1950-х гг. организованы несколько огромных выставок в Советском Союзе. В начале 1959 г. работала огромная промышленная выставка (3 млн. посетителей), для которой великий **Ричард Бэкминстер Фуллер** возвёл в Сокольниках одну из своих блестящих оболочек. Выставки дизайна США проводились в СССР в 1966-м, в 1989 г., как правило, каждая проектировалась капитально и показывалась в ведущих странах мира.

**ПРОМЫШЛЕННАЯ
ЭСТЕТИКА США**



В русском каталоге знаменитой выставки «**Промышленная эстетика США**» (1966), показанной в разных странах и нескольких городах СССР, были представлены

восхитительные потребительские товары, а также две ведущие школы — **Иллинойского технологического института** и **Института Пратта**, дизайнерские службы «**ГМС**» (General Motors — Дженерал моторз), **студия Джорджа Нельсона** и другие.

[В разных странах приняты разные структуры и наименования учебных заведений. В западных странах основным звеном высшего образования являются колледжи, они могут существовать отдельно, как например, лондонский Империял-колледж, занимающий 3-6 места в мировом рейтинге университетов. Колледжи могут быть частью университетов. Так, лондонский колледж Сен-Мартин – подразделение Лондонского университета искусств. В США к художественно-дизайнерским вузам применяется обычно термин «институт»]

В каталоге подробно показан Иллинойский технологический институт, здание **факультета архитектуры и дизайна** которого известно остроумной архитектурой Миса ван дер Роэ (1955). Мис переиначил свою стандартную конструктивную формулу: на восьми мощных опорах покоятся 4 фермы, к которым подвешено перекрытие цокольного этажа. Ниже, в полуподвальном этаже расположен факультет дизайна (архитектурный факультет, конечно же, выше). Вынос опор за пределы здания позволяет по мере необходимости более-менее легко перепланировать пространство. Вместо стен, как уже обычно у Миса – сплошное остекление архитектурной коробки. Фотографиями здания заполонён Интернет, что не очень хорошо, т.к. любительские фотографии механистичны или показывают «мастерство» любителя, в отличие от мастерских и «правильных» фотографий профессионалов, как в каталоге ещё одной выставки «**Архитектура США**» (1965). Любиво и эффектно подавать свои достижения американцы умеют превосходно.



Иллинойский технологический институт. Из каталога выставок США, 1966

Одним из ведущих вузов числится Институт Пратта, основанный в 1887 г. – частное заведение с отделениями в разных районах Нью-Йорка. Сегодня здесь соединены архитектура, графический дизайн, изобразительные искусства, история искусств и дизайна, промышленный дизайн, дизайн одежды, ювелирных изделий; интерьерный и компьютерный дизайн; искусство иллюстрации, каллиграфия, библиотечные и информационные науки. Это эффективный способ соединения наук, искусств и проектных дисциплин с критикой, исследованиями, информацией и популяризацией.

С точки зрения бизнеса дизайн является одним из наиболее работающих инструментов. Американский дизайн имеет прикладной и подчинённый характер. Сегмент так называемого «независимого», экспериментального и самоценного дизайна в США долго был невелик, вплоть до 1990-х гг., то есть до начала глобализации и модернизации

мировых экономик. Он наработал полезный опыт, который активно внедрён в мозги мира. Европейцы оценивали этот опыт как негативный, что не мешало им стремиться за славой и ученичеством в США. Для дизайна США даже использовался негативный термин «**стайлинг**», то есть стилизация или совсем по-русски – **оформление** продуктов. В.Л. Глазычев ввёл термин **стафф-дизайн** (staff – штатный), подразумевая коммерческие службы предприятий. Критики американской модели исходят из того, что дизайн — это проектирование процессов и выход наружу «существа предметов», тогда как «оформление» – декорирование внешности изделий. Коммерческий дизайн угадывает вкусы потребителей, формирует их рекламой. Стайлинг мало связан с глубинными потребностями, скорее манипулирует чувствами, отсюда кратковременный его характер.

Сами американские дизайнеры, склонные к обобщениям и теории, например, Джордж Нельсон, остро ставили широкий круг проблем: устаревания в дизайне, прототипирования и ассортимента, ценностей и функций; связи дизайна с искусством, его общественной роли. Большинство известных разработок стимулируют потребление, решают короткие задачи. Впрочем, это относится и к другим странам и дизайнерам. [В 1957 г. Д. Нельсон опубликовал в США книгу «Проблемы дизайна». В.Р. Аронов рассказывал, что Нельсон подарил книгу К.М. Кантору в 1959 г. Тот глянул и решил, что книга «ни о чём». Через несколько лет, когда в СССР началось развертывание службы дизайна и отношение к нему усложнилось, Кантор обнаружил её в ящике стола, понял глубину и ценность, после чего перевёл и опубликовал: Д. Нельсон. Проблемы дизайна. – М.: Искусство, 1971]

В 1960-е гг. американцы стали интересоваться европейским опытом и приглашать их проектировать в Америку. Самые известные случаи – немец **Хартмут Эсслингер**, предопределивший линейку разработок «Эппла» и его преемник англичанин **Джонатан Айв**, старший вице-президент и дизайнер компании, перенесший опыт «Брауна» в США.

США уже в начале XX в. были могущественной страной мира. Здесь собрались лучшие изобретатели, учёные, предприниматели. В стране имелись хорошие ресурсы и свободные земли. Свобода предпринимательства и отсутствие разрушительных войн на собственной территории стали основой развития страны. Перед Второй мировой войной страна пополнилась большой волной эмиграции: европейскими интеллектуалами, учёными, инженерами, что обеспечило ускоренный рост фундаментальной и прикладной науки (наряду с СССР) и технологий. США раньше других вступили в фазу цивилизации потребления. Их экономическое могущество позволило навязать в начале 1990-х гг. миру глобализацию, по сути – американизацию. Важный фактор – конкуренция с СССР. Великий физик и разработчик «современных коммуникационных информационных технологий» и нобелевский лауреат **Жорес Иванович Алфёров** согласен с коллегой **Джоном Хекманом**, профессором Чикагского университета и тоже «нобелевским экономистом»: «Научно-технологический прогресс второй половины XX века полностью определялся соревнованием СССР и США. И очень жаль, что это соревнование закончилось».

Протодизайнерским опытом США стал автомобиль «**Форд-Т**», разработанный и поставленный на первый в мире конвейер **Генри Фордом**, владельцем автомобильной империи. «Форд-Т» (1908-1927) – инновационная разработка, пример расширенного производства, «пересадившего Америку на автомобиль». Конвейер позволил сократить затраты, обеспечить большой тираж авто, его ценовую доступность. «Форд-Т» был на треть дешевле самых дешёвых моделей конкурентов, но не уступал им инженерно или комфортом. «Форд-Т» – массовый продукт без дизайна в нашем смысле: без «вылизанной» до деталей совершенной формы. С годами цена машины снижалась: если в начале «Форд-Т» стоил 1,5 годовых средних зарплаты, что было на треть дешевле самой дешёвой машины конкурентов, то в к. 1910-х гг. – уже половину годовых доходов среднего американца. Прагматизм, сокращение расходов и инженерно-технологический расчёт – дизайнерские методы в додизайнерское время.

Для европейцев автомобиль ещё оставался предметом роскоши. Генри Форд показал себя хорошим инженером, но больше **«дизайн-менеджером»**. Конвейер тиражировал автомобили в огромном количестве, под миллион в год. Процесс сопровождался агрессивной рекламой и растущей доступностью машин. Удешевление машин стимулировало спрос, а прибыль, в свою очередь, позволяла расширять производство. Экономический закон: любая тиражная продукция дешевле, чем штучная, больше тираж – дешевле продукт. На наших глазах в сотни и тысячи раз подешевели компьютеры, мобильные телефоны.

Конвейер, **тейлоровская «научная организация труда»** (американский аналог НОТ А.К. Гастева), развитие технологий и методов манипуляции работниками, конкуренция и другие инструменты, хитроумная глобальная политика позволили США выстроить экономику и навязывать свой опыт в мире. С дизайном было сложнее – он был «американским», претенциозным, рассчитанным на фантазии и мечты обывателей. В быт США 1900-х гг. входили потребительские товары: пылесосы, холодильники, автомобили. Многие из них в таких масштабах появятся в Европе лишь в 1950-е гг. Автомобиль Форд-Т – оптимальная рамная конструкция («самодвижущийся экипаж») с набором «эстетизированных» деталей: объемных простроченных сидений с пуговками на стыках швов, никелированными контурами моторной коробки, с багажником под сиденьем, технологичными конструкторскими решениями. Комфортная деталь – откидной тент роднит автомобиль с пролёткой. В истории дизайна оригинальные формы, конгениальные назначению продукта, появляются не сразу: требуется время для поиска аутентичных решений. Постепенно Форд-Т менялся в сторону большей репрезентативности. Неизменным оставался чёрный цвет, позже он станет единственным для простоты сборки и тиражирования машин. Корпус всё больше закрывался, пока пролётка с бензиновым двигателем не сменилась закрытой «какетой» и в конце концов – современными сигарообразными формами.

«Форд-Т» был не первым автомобилем в мире, ни самым красивым, ни лучшим – он был доступным. За 19 лет его выпустили и продали 15 млн раз. Он получил добродушное прозвище **«Жестяная Лиззи»** – Tin Lizzie, кличка по массовому имени лошадей. Неприхотливый и надёжный автомобиль с деревянным кузовом стоил в 1920-е гг. \$290, что в нынешних ценах равно ок. \$3 000. Рестайлинговые модели обходятся поклонникам в \$30 000 (они не аутентичны по цвету и начинке).

Благодаря техническим и «социальным» качествам «Форд-Т» стал одним из символов XX в., как позже ими станут немецкий **«Фольксваген-Жук»**, английский **«Мини»** и итальянский **«Фиат-500»**. Симптоматично, что эти дизайнерские «хиты» не были ни роскошными, ни фантастическими инженерно – они попали в «яблочко» общественных ожиданий и экономического и функционального оптимума.

В США сложилась первая коммерчески успешная индустриальная модель дизайна, вернее, несколько моделей. Одна, как уже говорилось, ориентирована на коммерческий успех, это модель проектирования для масс, её смысл – «социальное замещение». К ней относится значительное число известных, популярных в США и мире продуктов, прежде всего — автомобилей нынешних трех гигантов: Ford Motors, Chrysler и General Motors. Все эти Шевроле-Камаро и Бьюики, Додж-Плимуты и Паккарды, Форд-Мустанги и Фокусы, Хаммеры, Кадиллаки Эльдорадо стали музыкой в сознании автофанатов мира: «ласточками» и «мустангами», *«любимыми объектами финансирования»* (рекламный слоган Форда 1960-х гг.). Американская офисная мебель, бытовая техника, множество одноразовых предметов на протяжении XX в. были неразрывны с образом прекрасной процветающей страны-мечты, рая, в котором обделённые жизнью люди испытывают счастье обладания заветными вещами; где всё есть и всё возможно. Эта сказка чудесно поддерживается **индустрией иллюзий** (доходы кинофабрик превышают \$200 млрд).

Какие факторы обеспечили популярность американского дизайна? Великолепное художественное чутье его основателей? Возможно, культурный американский тип, ориентированный в будущее? Прогресс, комфорт, успех почти весь XX в. были и остаются во главе национального реестра ценностей. Этот реестр «вирусной» пропагандой прививался всему миру, он очень популярен, особенно на расстоянии.

В каталоге московской выставки 1966 г. «Промышленная эстетика США» (дизайн Д. Нельсон Асс.) полосы и развороты посвящены ностальгическому, но наивному и механистичному прошлому, и восхитительному настоящему. Дизайнеры не без иронии воспроизвели огромное число потребительских товаров, «имиджевых» реклам. На одной из полос противопоставлены новейший **«Бьюик Ривьера»** 1967 г. и «Форд-Т». «Бьюик» – шедевр «мужественного» скульптурного дизайна: цельная форма, обобщенная, эффектная скоростная «сигара». По ощущению – кузов на «надёжной» нержавеющей платформе производит впечатление сильного живого организма. В формах авто читаются фешенебельность, «хороший вкус», устойчивая роскошь, скорость, элегантная чистота, и все эти качества выражены внятно и органично. «Форд-Т» рядом с этим шедевром – незатейливая телега «из давнего прошлого», не более того.



Заметим, что слишком короткая дистанция между проектировщиками и потребителями всегда придавала американским разработкам **«эффект новизны»**, который, как известно, будит эмоции, но скоро проходит и сменяется **«устареванием»**. Но каким образом дизайн исполняет экономическую роль, за счет чего?

Дизайн, как и всякое искусство, реклама, кино – образотворчество, метафорическая деятельность, связанная с техникой и технологиями. Все инженерные штучки пропускаются через мясорубку художественного мышления, образного сознания, и тогда включаются ассоциации, культурные коды, надежды и притязания. Не случайно, недавно стали определять дизайн как *«искусство писать и читать мир на языке предметов»* [Сидоренко В.Ф. Дизайн в общеобразовательной системе. – М.: ВНИИТЭ, 1994, с. 9 – 14].

У каждого своя история и опыт, память и место в общественном организме, возможности, установки или цели. Психологи шутят, что любой человек состоит как бы из трех персонажей: тот, что есть на самом деле, тот, каким мы воспринимаем себя сами, и тот, каким нас воспринимают другие. Человек – множество, в котором роль играют прошлое и настоящее, объективная реальность и субъективное отношение к ней.

Иронически о психологии «массового человека» сказала устами героини **Симона Бовуар** в романе **«Прелестные картинки»**: *«Она должна изучить результаты недавних исследований психологии покупателя, проводившихся под руководством Люсьена. Она открывает досье. До чего нудно, просто гнетуще. Глянец, блеск, лоск, мечта о скольжении, об отполированном существовании; секс, инфантилизм (безответственность); скорость, самоутверждение, тепло, надёжность. Неужели все вкусы находят объяснение в столь примитивных стремлениях? Вряд ли. Неблагодарная работа у этих психологов: бесконечные вопросники, уловки, хитрости, а ответы всегда*

одинаковы. Люди хотят нового – без риска, забавного – с гарантией солидности, достоинств – по дешевке. Перед ней всегда одна проблема: завлечь, удивлять, успокаивая; вот магический предмет, он потрясет вашу жизнь, ничего не потревожив» [Симона де Бовуар. Прелестные картинки / Пер. с фр. – Пермь: «Книжный мир», 1993, с. 31].

Человеческая природа и жизнь не равны друг другу. Людям присущи творческие потребности: на маленьких детях видно, что они всё время что-то придумывают и создают, складывают или разбирают, анализируют, то есть познают; они любознательны и креативны. Но если природные наклонности не реализуются, то они должны быть замещены, вытеснены, компенсированы. Вещи, потребление, радости способны символически удовлетворять несостоявшиеся притязания. Они подменяют личность и её реальное бытие, подлинные интересы, например, саморазвитие и самореализацию в обществе. Отсюда – протестное поведение людей, не могущих смириться, что им уготована роль человека массы, и уходящих либо в экстремизм, либо в дауншифтинг (антипотребительство).

По американским дизайнерским разработкам видно, что они образны, эмоционально экспрессивны. В них содержится многое, например, мечты о технологичном будущем и связанном с ним благом. Ясно выражается и понятен потребителям образ комфорта, его бесконечных радостей. Промышленность и сфера услуг неизбежно должны поддерживать рост потребления, расширять предложение.

Люди хотели бы чувствовать себя сильными, уверенными, молодыми и энергичными, любимыми и ценимыми. Вещи должны символизировать эти ощущения. Под капотом Бьюика Ривьеры расположен 12-цилиндровый мощный двигатель, но не обязательно две двери автомобиля говорят о том, что он спортивный. Автомобиль должен декларировать принадлежность к «статусной» социальной группе. Спекулятивный дизайн использует в первую очередь **замещение** реальности символами. «**Символическое потребление**», «**декларативное потребление**» – термины, появившиеся для описания способности дизайнера придавать людям метафизическую значимость.

Пример эффективности коммерческого дизайна – работы Рэймонда Лоуи, может быть наиболее актуального мастера XX в. Авторы каталога «Промышленная эстетика США» называют блестящие иллюстрации Рэймонда Лоуи к модным журналам (**Vogue**, **Harper's Bazaar**) причиной его назначения в 1929 г. руководителем отдела художественного конструирования «**Дженерал электрик**» (General Electric); «*талант к экспонированию изделий, к художественному оформлению промышленных товаров и средств транспорта, с таким блеском проявившийся в его иллюстрациях*», явился, по мнению составителей каталога, судьбоносным. Параллельно появляется фирма «**Raymond Loewy Design**», создавшая новый обобщенный вид копировальных аппаратов для английской фирмы «**Гештетнер**» («Gestetner, сегодня «**Ricoh**») и холодильники для «**Сирс и Робак**» (Sears & Roebuck). Он формирует «**приборный стиль**» американских промышленных изделий, основывающийся на классичной тектонике, симметрии, упорядочивании деталей в едином приборном организме. Солидные, несколько тяжеловесные, детально проработанные приборы – такова формальная манера Р. Лоуи и дизайна 1930-х гг.

Феноменальная история случилась с холодильником «**Колдспот**» (**Coldspot**, товарная марка 1928 – 1977), спроектированным Р. Лоуи и Германом Прайсом. До того фирма продавала в год 15 тыс. аппаратов. После того, как Р. Лоуи в 1932 г. разработал дизайн новой модели, уже на следующий год было продано 140 000, а ещё через год – 275 000. В условиях спада производства и мирового экономического кризиса такой феноменальный успех доказывал неведомые многим возможности дизайна. Лоуи изменил внешний образ холодильника: укоротил ножки, создал мягкую сплавленную форму белого шкафа в комбинации с нержавеющей сталью. Пререеделке подверглась начинка – появились алюминимевые полки, переместилась к центру морозильная камера, что обеспечило более ровное

распределение холода (до этого и долго ещё во многих моделях 1950-х гг. она размещалась сбоку).

Р. Лоуи стал наиболее известным и «чудодейственным» дизайнером США. Хотя первую дизайнерскую, вернее – декораторскую студию создал не он, а **Уолтер Дорвин Тиг** в 1919 г. Так что и появление термина «**индустриальный дизайн**» относят к этому году. США в лице Лоуи приобрели не только кудесника, улавливавшего ожидания покупателей, но и активного общественного деятеля. Работая разносторонне, проектируя приборы от копира до космической станции «**Скайлэб**», Р. Лоуи много выступал по проблемам дизайна. Он автор книги «**Никогда не останавливаться на достигнутом**» («*Never leave well enough alone*», 1951), стал одним из основателей Общества индустриальных дизайнеров (SID, февраль 1944 г.), сегодня это «**Общество промышленных дизайнеров Америки**» (Industrial Designers Society of America/ **IDSA**).

Среди огромного числа разработок Рэймонда Лоуи серия паровозов для **Пенсильванской компании** (Pennsylvania Railroad – PRR), с которой он начал сотрудничество в 1936 г. Вначале была осуществлена аэродинамическая стилизация (февраль 1936) модели «**PRRK 4sl**» пассажирского поезда «Broadway Limited», курсировавшего по маршруту «Нью-Йорк – Чикаго». Лоуи проектировал интерьеры вагонов, а также логотипы маршрута. Классическими стали проекты тяжелого паровоза – «**Pennsylvania Railroad S1**» (PRRS1, 1938 – 1939), грузового локомотива «**PRRT1**» (1942), выпущенного уже после окончания мировой войны. Эти – образ футуристичной и экспрессивной мощи, чрезвычайной стремительности (на деле не обязательной для аэродинамики тихоходных локомотивов).

Дизайн Лоуи – романтика, всегда существовавшая в мире. Технологии американской промышленности и культура общества позволили ей быть. Показательны графические эскизы мастера: блеск металла, огонь, вырывающийся из-под колес локомотива: яркое решение, образное в первую очередь. Локомотивы, пассажирские вагоны дизайнер проектировал и в другие годы, например, в 1967 г. им был выполнен вагон нью-йоркского метро «**R40**».

С 1932 г. Лоуи проектировал автомобили, а в 1939 г. началось долгое сотрудничество с фирмой «**Студебеккер**» (Studebaker). Вокруг автомобилей Лоуи возникали споры. Критики сомневались в пропорциях, компоновке и векторности композиции: не зря один из автомобилей обозвали «тяни-толкай», так как неясно было, где у машины передок, а где задок. Понятно, что проекты выполнялись сотрудниками его разраставшейся фирмы «**Raymond Loewy Design**». Лоуи был лидером и доминантом своего предприятия, имевшего очевидное авторское лицо. Двухдверный «**Studebaker Starlight**» проектировался Робертом Бурком, сотрудником Лоуи, отличался широким задним гнутым панорамным стеклом, это было необычно. Одну из машин назвали пулей – по запоминавшейся детали: хромированной круглой похожей на пулю решётки радиатора (идея самого Лоуи). Очевидно, что критика сопровождала яркие, броские и необычные детали, присущие разработкам фирмы. Так дизайн становился темой для обсуждения, частью культуры.

Многие формы смотрятся уже архаично. Они придавали проектам неожиданный и запоминавшийся характер: некрасиво, но необычно. Тем не менее, Лоуи прорабатывал со своими сотрудниками широкий круг вопросов – не только внешних особенностей форм. Он впервые начал серьезно относиться к эргономике интерьеров, визуальному восприятию, поиски самобытных форм, присущих тому или иному объекту. В 1961 г. в спортивном «**Студебеккере Аванти**», имевшем стремительную угловатую форму, дизайнер отказался от решётки радиатора, провозгласив: «*Решётки уместны в канализации*». Лоуи не следовал моде: он её создавал, в какой-то момент перестав считаться с маркетинговыми тенденциями «генеральной линии» автомобилестроения. Он исходил из концепций: идеей «Аванти» был принцип «*вес – это зло*». Реализация была не вполне убедительной, а принцип остается

актуальным и сейчас. Одной из разработок Лоуи стал проект нового «**Москвича**» для **АЗЛК** (Московский автозавод им. Ленинского комсомола), показанного в начале 1970-х гг. Он не пошел в серию: при небольших тиражах тогдашней нашей автопромышленности постановка новой модели на поток была чрезвычайно затратной – ок. \$1 млрд, обновление модельного ряда становилось большим событием.

Смелость Лоуи и его авторитет позволяли проектировать графику/ Студией Лоуи выполнены товарные знаки и графические стили «**Шелл**» (Shell, 1971), «**Эксон**» (Exxon, 1972). Классической стала упаковка сигарет «**Лаки страйк**» (Lucky Strike). Это был рестайлинг, для которого Лоуи использовал обычные свои приемы – упростил, систематизировал, достиг чистоты и читаемости форм. Взамен зелёного фона появился белый, в центре упаковки – красный диск с чёрной надписью, выполненной рубленным шрифтом, освобождённым от вспомогательных надписей и немного лёгким. Известной работой стал рестайлинг в 1955 г. бутылки «**Кока-Колы**», разработанной еще в 1915 г. **Эрлом Дином**.

Именно Лоуи предложил бело-голубую с хромом раскраску правительственных самолетов «**Боинг 747, 757, 737**» и «**Гольфстрим**». Он же разработал интерьеры космической станции «**Скайлэб**», носившие «домашний» и одновременно футуристичный, в некоторой мере наивный характер. Промышленная продукция: вагоны, автомобили, сельскохозяйственная техника (для **International Harvester**) выпускалась четверть века. Одной из последних работ стали интерьеры сверхзвукового пассажирского самолета «**Конкорд**» (1975).

Мы назвали выборочно разные разработки Лоуи. Они дают представление о его (и его сотрудников) диапазоне привязанностей, проектных подходах и результатах. Пионеры американского дизайна вообще брались за всё. И потому, что настала пора художников «*делать вещи произведениями искусства*», а поле дизайна было ещё непаханным, и потому что в новом деле появились азарт и иллюзия, что любой художник может проектировать всё. Дизайна в современном или хотя бы европейском варианте ещё не могло быть. Нарбатывался опыт, основанный на короткой дистанции между проектировщиком и потребителем. Единственное, что отличало проектировщиков от потребителей – художественный вкус, приобретённый мастерами во время работы в рекламе, графике, моде, театре. Благодаря близости к «потребителю» и тому, что дизайн умел удивлять, быть выше обыденности, воплощал ожидания граждан, американский дизайн быстро распространился, прошёл период «первоначального накопления опыта», но застрял в тисках «художественности», фантазии и искусству удивлять. Плюс превратился со временем в минус, а оперативность – в вериги и своего рода комплекс первого ученика, не имеющего, увы, права на ошибку.

В работах Рэймонда Лоуи привлекает независимость решений: независимость от действующих правил и тенденций, своеобразный авангардизм, при котором автор исходит из собственного видения вещей; создает их новую оболочку, не всегда задумываясь об их сущности. Почти все разработки 1930-х – 1950-х гг. имеют сегодня больше историческую ценность, значение культурного этапа, не актуальны в настоящем.

Уолтер Дорвин Тиг (Walter Dorwin Teague, 1883, Пендлтон, Индиана – 1960, Флемайнтон, Нью-Джерси) был коллегой и в какой-то мере соперником Р. Лоуи. Американец, обучавшийся четыре года в Нью-Йорке в Художественной студенческой лиге, позже работавший в рекламе, занимавшийся иллюстрациями, типографикой, декоративными работами, в 1911 г. он создал собственное дело – в рамках перечисленных профилей.

В 1927 г. произошел перелом – Тиг заключил договор с фирмой «**Кодак**» (Eastman Kodak). Сотрудничество продолжалось 33 года, вплоть до кончины Тига, так что дизайн почти всех «кодаков» определён им, в том числе компактных пластиковых аппаратов, захвативших мир. В разработках участвовал его сотрудник и наследник Тиг-младший.

Как и Лоуи, Тиг проектировал все подряд: кассовые аппараты и самолёты, графику и автомобили, при этом исходил не только из соображений выгоды, но и из творческих амбиций, художественной страсти, которые у него были. Примером последних стал автомобиль «**Marmon**» не самой крупной, но весьма амбициозной фирмы, стремившейся к передовой инженерии и дизайну. Фирма бросала вызов гигантам автоиндустрии, и сотрудничество с Тигом сыграло важную роль в их дизайне. Инженеры использовали в автомобилях продвинутое и остроумные решения. По технологичной продвинутости они были наподобие «**Порша**»: машины скоростные и оригинальные, надежные.

Автомобили «**Marmon V16**», седаны и фаэтоны, выпускались в 1931 – 1933 гг. небольшими тиражами, и оказались, очевидно, не ко времени. Экономический кризис разрастался, поражая все сферы американского потребления. А фирма и дизайнеры (кроме самого Тига, здесь уже работал сын и помощники) вопреки обстоятельствам создавали роскошный восьмицилиндровый автомобиль с двигателем из лёгких сплавов, бывший очень дорогим. Высокая инженерия сопровождалась малыми тиражами (всего было произведено 350 автомобилей). Как отмечают авторы одного из современных сайтов, «*кузов автомобиля, созданный Уолтером Тигом и его сыном, говорил о благосостоянии и силе*» [<http://cars.4sole.ru/95.html>], и это во время депрессии, названной великой. Дизайн не обязательно приводит к успеху, «**Marmon V16**» находился в производстве три года и стал последним, но памятным автомобилем фирмы, выпускавшей после лишь грузовики.

В 1934 – 1937 гг. Тиг спроектировал сеть автозаправочных станций для «**Техасо**», ставших символом США. С 1946 г. фирма разрабатывала самолеты «**Боинг 707**» и другие. Тиг, а после и его сын (до 2004 г.) стал ведущим дизайнером «**Боинга**» (Boeing). У каждого из нас есть возможность лично познакомиться с работами Тига и его дизайнеров, благо эти машины летают в России. В 1960-е гг. фирма Тигов была крупнейшей в США, имела 11 отделений и насчитывала 205 дизайнеров.

В феврале 1944 г. Уолтер Дорвин Тиг вместе с Р. Лоуи создал общество промышленных дизайнеров – SID, стал его первым президентом (с 1965 г. – IDSA).

Третий классик дизайна США – **Генри Дрейфус** (Henry Dreyfuss, 1904, Бруклин – 1972, Пасадена), театральный художник. С 1924 по 1928 гг. он участвовал в оформлении около 250 постановок, будучи сотрудником ещё одного «пионера» – **Нормана Белла Геддеса** (1893 – 1958), дизайнера, одержимого поисками будущего. [В книге «Горизонты» (Horizons) 1932 г. Геддес опубликовал широко известные футуристические проекты. В 1936 г. появился «Метрополис – город 1960 года» (Metropolis City of 1960), представленный в 1939 г. на Всемирной выставке в Нью-Йорке под именем «Футурама». Это был макет воображаемого города 1960 г., его ежедневно рассматривали десятки тысяч посетителей. В 1940 г. появились «Магические автострады» (Magic Motorways), прототипы послевоенных автострад. Компьютер Mark I был также спроектирован Геддесом]

Дрейфус соединял в себе художника и дизайнера, мыслил и рационально, и художественно-образно. Он тщательно прорабатывал функции и формы предметов, с расчётом на долгую жизнь вещей – они и сегодня смотрятся «красивыми», вопреки технологическим переменам. Он создавал то же, что и все: интерьеры самолетов или локомотивы, только не для Пенсильванской, а Нью-Йоркской дороги (**New York Central Railroad**). Локомотив «**New York Central Railroad**» с 15 июня 1938 г. так же, как и локомотив Р. Лоуи Пенсильванской дороги, тягал пассажирский поезд «Нью-Йорк – Чикаго».

В 1929 г. Дрейфус открыл собственное бюро. Фирма **Henry Dreyfuss Associates** имела успех, проектировала тракторы, холодильники, многое другое, большое и малое.

Важно: Дрейфус стоит особняком среди пионеров-фантазеров дизайна. Он серьёзно занялся **эргономикой** и **антропометрией**. Первым задумался о тактильном, эмоциональном, чувственном и культурном взаимодействии вещей с человеком. Поэтому его проекты, иногда с тонким налетом ретро-флёра, остаются актуальными и сегодня, имеют разные палитры, в том числе тончайшие изысканные цвета, конгениальные пластике

и назначению. Дрейфус первым разработал интеллигентнейшие, сложные формы, полноценный скульптурный дизайн в США, тонкие пропорции. Дрейфус тщательно продумывал материалы и поверхности, стремился к мягким силуэтам и линиям разработок. Телефонные аппараты и другие разработки Дрейфуса до сих пор восхищают пластикой, тоном и цветом, остроумием компоновок и функциональной проработкой. Некоторое время назад неожиданно возникла ретромода «на Дрейфуса».

В 1929 г. Генри Дрейфус выиграл конкурс «**Лаборатории Белла**» (Bell Labs) на «телефон будущего», начал сотрудничество с «**Американ Телефон энд Телеграф**» (AT&T) и входившей в его состав «Bell». Конкурсная победа означала контракт с крупнейшей в мире компанией-гигантом и монополистом в мире связи. В свою очередь, удачный выбор мыслящего и тонкого дизайнера обеспечил огромные тиражи, широкое распространение его методов и стилистики, его идей.

С 1930 по 1950 гг. выпускался «**Western Electric 302**», с 1949 по 1985 – новый «**Bell 500**» и его модификации. Дизайнер был озабочен проблемой устаревания: он надеялся, что разработки смогут просуществовать не менее 20 лет, имея в виду как потребительские функции, так и внешний вид изделий. В 1959 г. был разработан тонкий дамский вариант телефона – «**Bell Princess**». Наконец, в 1965 г. спроектированы две модели трубки-моноблока со встроенным номеронабирателем – «**AT&T Trimline**», первая в мире компактная трубка с двумя версиями номеронабирателя: кнопочным и дисковым. Телефон поразил воображение потребителей по обе стороны Атлантики и вплоть до эпохи мобильной связи был одной из наиболее часто повторяемых разными производителями «модных» трубок. Правда, копиистам не хватало вкуса, чтобы так же стильно воровать нюансы дрейфусовской формы.

Не всем удается запустить в мир столько качественных, стильных и человеческих продуктов. Крупнейшая фирма пылесосов «**Гувер**» (Hoover) массово выпускала спроектированные Дрейфусом лёгкие и изящные пылесосы. Дрейфус на практике с потенциальными потребителями «сценировал» проекты, проигрывал, как они будут существовать в реальности. Именно он в 1960-1972 гг. разработал знаменитые аппараты для моментальной фотографии «**Полароид**» (Polaroid), переживающие второе рождение; одну из первых серий пиктограмм, ставших актуальной темой в 1960-е гг.; телевизоры «**RCA**»; интерьеры салонов самолетов «**Локхид**» (Lockhead) и мн. др.

Генри Дрейфус придумал «поисковых» человечков – «средних» (медианных) американцев, назвав их Джо и Джозефина, у которых со временем «родился» ребенок. Это были «эргономчики», условные матрицы мужчины, женщины, детёныша, облегчавшие и отчасти одушевлявшие антропометрические исследования. Эргономчики позволили преодолеть проблему, которую Дрейфус называл центральной в отношении дизайнера и потребителя: *«Если точка контакта между продуктом и людьми становится местом трения, художник-конструктор потерпел неудачу»*. На основе антропометрических штудий Дрейфус написал монографии «**Designing for People**» (1955) и «**The Measure of Man and Woman**» (1961) – важнейшие пособия-справочники по эргономике.

Но американский дизайн – не только авторские проекты пионеров. Вещь создаётся в результате усилий многих разработчиков и служб, ключевым в американской модели является дизайн-менеджер. Об этом – история автомобиля «**Форд Мустанг**». Он стал ярким предпринимательским проектом на основе прогноза. **Ли Якокка**, вице-президент «Форда», руководитель проекта, рассказал о нём в своей блестящей книге «Карьера менеджера».

В течение 1960-х гг. более чем на 50% предполагался рост в США группы населения в возрасте от 18 до 34 лет, которые, как предполагалось, станут активными потребителями. До этого маркетинг утверждал, что *«люди с высшим образованием чаще покупали автомобили, чем люди менее образованные»*. Но прогнозы показывали, что к 1970 г. сформируется группа активных потребителей – студентов колледжей и университетов, число их вырастет вдвое. К этому времени снижался спрос на экономичные и утилитарные

модели. Общество становилось экономически более состоятельным, появлялся интерес к красоте и символическим особенностям дизайна. Росло число семей с двумя автомобилями.



Проектировщики сделали ставку на несколько групп покупателей. Базовой моделью становилась дешёвая платформа, а на её основе создавался набор вариантов отделки и комплектации. *«В результате покупатель смог бы приобрести автомобиль с такими параметрами экономичности, роскоши и эксплуатационных качеств, какие он захотел бы, и на какие у него хватило бы средств».*

Якокка отмечает, что создание новой модели стоит от \$300 до \$400 млн. С тех пор доллар весьма подешевел, разработка новой модели обходится сейчас в \$1,5 – \$3 млрд. Из экономии создатели машины воспользовались существующей элементной базой. С точки зрения конструкции «Мустанг» не был самобытной и новой моделью: новой была концепция разнообразия корпусов и вариантов комплектации на основе одного шасси. Новым был подход к внешнему виду и потребительским функциям. Этот подход верно назвать **программным**.

Были проведены целевые маркетинговые исследования, например, отношения 52 супружеских пар к будущей машине. Все они относились к людям средних доходов, владевших уже одним автомобилем. Среди них были «белые воротнички» (представители интеллектуального труда). Были и «синие воротнички» (квалифицированные рабочие). «Белые воротнички» восхитились внешним обликом машины, тогда как «синие» увидели в ней символ высокого статуса и престижа. Исследование проводилось задолго до выпуска, и должно было сориентировать создателей. Большинство испытуемых назвали цену примерно на \$1000 выше планируемой. Но узнав подлинную цену, воскликнули: *«К черту мои возражения, готов купить!»* или *«Когда я припаркую этот автомобиль возле моего дома, все соседи подумают, что мне удалось устроиться на высокооплачиваемую работу».* Кто-то заявил: *«Автомобиль выглядит необычно, а цену на него вы установили как на обыкновенный».* Это было что-то вроде победы. Цену вместо \$2500 удалось уменьшить до \$2368. Примерно \$1000 покупатели тратили на аксессуары: колпаки, радио, более мощные 8-цилиндровые двигатели и автоматическую коробку передач.

Благодаря укороченной кабине и удлинённому капоту, воздухозаборникам и короткому багажнику покупатели узнавали в дизайне машины европейские спортивные кары, в частности, **«Феррари»**. Но это был семейный автомобиль, всего лишь переодетый в дорогой спортивный. Продажам предшествовала изощрённая реклама, на автомобиль сложился ажиотажный спрос. Важную роль сыграло и то, что, по отзывам прессы и тест-драйвов, машина, созданная за два года, *«практически полностью лишена производственных дефектов».* Сложилась и самоходная реклама на волне «правильных» факторов. Первоначально планировалось продавать по 75 тыс машин. В первый год реализовано было 418 812 машин, для чего пришлось переоборудовать ещё два завода под

выпуск «Мустангов». За первый год машины заняли 10% рынка и принесли \$1,1 млрд. прибыли.

Если нас интересует не только как сделать продукт, но и как продвинуть его идею, сделать, чтобы работа «принадлежала всем», кто работает в экономике и обществе, стоит почитать книгу Ли Якокки (Lee Iacocca) «**Карьера менеджера**», написанную живым языком, интересно и с существенными подробностями. Она издаётся ежегодно и не по разу. В ней хорошо показывается сочетание рыночных, производственных, технологических особенностей создания известного автомобиля, типичного для американского автостроения, но главное – человеческие особенности. Якокка упоминает имя руководителя отдела дизайна **Джина Бордината**, а также дизайнера **Дэвида Эша** (David Ash), бывшего помощником руководителя мастерской **Джона Ороса** (John Oros). Но этот автомобиль – продукт изощрённого маркетинга (который не обязательно механически повторять).

Уже глиняная модель создатели назвали «Кугуар» – пантера. В его пластике читались движение и пружинистость дикой кошки. Название будущей машины обкатывалось долго: «Т-Бёрд II», «Монте-Карло», «Монако», «Торино», «Кугуар», «Бронкоу», «Пума», «Читэ», «Кольт», «Мустанг». Последнее название ассоциировалось с самолетом-истребителем второй мировой войны.

Ли Якокка приводит свидетельства восторженных американцев, вот одно, нервное: *«Я не большой поклонник автомобилей, и никогда не был им, поскольку большинство автомобилей чревато всякими неприятностями. Более того, Нью-Йорк отнюдь не то место, где стоит иметь автомобиль. Владельцы собак заставляют своих любимцев мочиться на колеса. Ребятишки из трущоб воруют колпаки с колес. Полицейские взимают штраф за парковку не в надлежащем месте. Голуби садятся на крышу машины и даже хуже того. Уличные мостовые постоянно изрыты. Автобусы давят вас, такси наталкиваются на вас, стоимость закрытых стоянок такова, что хоть вторично закладывая свой дом. Горючее стоит на 30 процентов дороже, чем в любом другом городе. Ставка по страхованию невообразимо высока. Торговые улицы непроходимы, район Уолл-стрит недоступен, съездить в Нью-Джерси невозможно. Поэтому, как только я поднакоплю деньжат, покупаю «Мустанг».*

«Форд-Мустанг» стал феноменом детальной стратегии и проектного подхода, мобилизации ресурсов во имя цели. Он делался не вообще для Америки, а для определенного потребителя, обремененного статусами, комплексами социальной иерархии. Значительную часть покупателей составили люди средних лет, со всеми надеждами и ожиданиями, ограниченными возможностями и мечтами, стимулируемые масс-медиа и рекламой: *«Проанализировав состав владельцев «Мустанга», мы обнаружили, что их средний возраст составляет 31 год, – отмечает Якокка, – но каждый шестой входит в возрастную группу от 45 до 54 лет, из чего следует, что машиной пользуется не только молодежь. Почти две трети покупателей – люди семейные, а больше половины их имеют высшее образование.*

Не прошло и года с начала продажи нашей машины, как возникли сотни клубов владельцев «Мустанга», появились также солнечные очки, цепочки для ключей, головные уборы с эмблемой «Мустанга» и, конечно, игрушечные «Мустанги» для детей. Я полностью осознал наш успех, когда увидел в витрине блинной большую афишу с надписью: «Наши блины продаются так же быстро, как «Мустанги».

«Мустанг» стал полезным опытом для дизайнеров, предпринимателей, маркетологов и всего общества. Опыт, который неверно свести к нескольким рецептам. Автомобиль явился, говоря языком постмодерна, **симулякром**, то есть набором знаков и символических свойств, не существующих в реальности. Он был имитацией европейского спортивного автомобиля с его внешними и «статусными» свойствами: духом скорости, короткой кабиной и багажником, удлинённым капотом, двухдверным салоном. На деле это был недорогой семейный автомобиль для пятерых. Он казался спортивным, будучи только

семейным. Это понимали покупатели. Технически автомобиль использовал тиражные в семействах Форда решения, он был автомобиль-обманка.

Но не только. С точки зрения проектной идеологии он стал новой формулой: модульная линейка, использовавшая разные корпуса и унифицированные детали. «Мустанг» был проект-конструктором, пробудил социальные чаяния американцев, утешив их в жизненных неудачах, наградив за не самую роскошную жизнь. Он стал автомобилем-компенсацией. Машина выпускается и сегодня, став культовой.

«Мустанг» показал, что решающую роль играет всё-таки не технология, а картинка, образ. Он воздействует на потребителя, активируя надежды и ассоциации. Это была дизайн-программа нового формата, охватывавшая широкий круг проектируемых свойств, поднимавшаяся на уровень потребительских, культурных, социальных факторов и эффективно обратившаяся к человеку с важными свойствами и новым культурным опытом.

В самой Америке после «революции хиппи» продвинутая часть проектировщиков, оставаясь включенными в потребительскую культуру, начинала тяготиться избыточным потреблением, размышляла о природе культуры и цивилизации, отношении человека с миром и месте искусства и потребления в жизни людей. Дизайн становился важнейшим феноменом американской культуры, появился интерес к европейскому опыту, более свободному от коммерции, часто инициативному. Крупнейшие предприятия в 1950-е – 1960-е гг. создали крупные службы дизайна. В **АйБиЭм (IBM)** им стал **Элиот Нойес (Eliot Fette Noyes, 1910, Бостон – 1977, Нью-Ханаан, Коннектикут)**. Дизайнерское лицо фирмы **Герман Миллер (Herman Miller)** определили **Чарльз Имз (Charles Ormond Eames, 1907, Сент-Луис – 1978, Сент-Луис)** и его жена **Рэй Имз (Ray Eames, урожд. Бернис Александра Кайзер, 1912, Сакраменто – 1988, Лос-Анджелес)**.

Мировой фигурой нового проектного сознания стал **Джордж Нельсон** и его фирма. Как и большинство дизайнеров второго поколения, он – практик, проектировщиком широкого профиля, в т.ч. архитектор, предприниматель. Но и теоретик дизайна и культуры, автор многих издательских проектов. Получил широкое образование в трёх направлениях: искусствах, архитектуре, дизайне. Занимался архитектурной критикой, писал о Корбюзье и Мисе ван дер Роэ в «Pencil Points» (1935), редактировал «**Architectural Forum**» (1935 – 1944), печатался в журнале «**Life**». Теории Нельсона изложены в книге «**Проблемы дизайна**» (1957), русское издание 1971 г.; фрагменты воспроизведены в «Хрестоматии по дизайну».

Второе поколение дизайнеров формировалось между теорией, практикой и историей дизайна; из аналитики, критики и истории искусств. В этом путь Нельсона перекликался с путем ещё одного крупного дизайнера и организатора – **Элиота Нойеса (12.08.1910, Бостон – 18.07.1977, Нью-Ханаан, Коннектикут)**, товарища, шедшего сходимыми путями. Нойес учился в **Гарвардской архитектурной школе** у Вальтера Гропиуса (закончил в 1938 г.), был музейщиком – заведовал отделом современной архитектуры и дизайна (1940 – 1945) в **Музее современного искусства** в Нью-Йорке (MoMA), где занимался исследованиями, теорией и организацией выставок. Также, как и Нельсон, написал книгу – «**Органический дизайн в оборудовании дома**» [Eliot F. Noyes. Organic Design in Home Furnishings. – N.Y.: Museum of Modern Art, 1941].

Нельсон, как руководитель и лидер фирмы, в которой работали 25 дизайнеров, участвовал в разработке огромного числа проектов, например, модульной сборно-разборной системы офисного оборудования, состоявшей из системы столов, стеллажей, аксессуаров различной конфигурации и комплектации на основе алюминиевого каркаса (1944, совм. с Р. Райтом). С 1947 г. проектировал светильники, часы, мебель, упаковку, графические стили; диван «**Слинг софа**» (1964); подвесные светильники «**Китайские фонари**» (1952); набор посуды из меламин «**Флоренс**»; автозаправочные станции и многое другое. Бюро Нельсона во многом сформировало асимметричный и легкий стиль

1950-х – начала 1960-х гг., стиль «фантазийный», «прозрачный», эмоциональный, нарушающий классические правила статики и тектоники.

Более существенны концептуальные работы фирмы, к примеру, проекты выставок – Нельсон стал ведущим эксподизайнером. Среди нескольких международных выставок, спроектированных Д. Нельсоном, к нам имеет прямое отношение «Американская национальная выставка в Москве» (1959), шокировавшая советских граждан размахом и представительностью. Как заметил **Валентин Катаев**, один из первых писателей, посетивших тогда же США, «нас пытали роскошью». Это было первое знакомство советских людей с американской потребительской культурой: автомобилями и бытовыми приборами, модой и полиграфией, напитками и едой – образом жизни. Выставка была интересна «срезом» повседневности, что вызывало головокружение у посетителей, живших в стране, недавно разрушенной II Мировой и Отечественной войной, трудно и напряжённо восстанавливавшейся.

Дайджестом потребительства стала выставка «Промышленная эстетика США» (1966) и её каталог, точно представивший достижения и проблемы дизайна США: упомянутые «Форд-Т» и «Бьюик-Ривьеру», одноразовые потребительские продукты и малополезные электрические приборы вроде электроножа или электрохлебозрезки. Нельсон с коллегами иронически представили красоту и изобилие чудесных предметов. Десятью годами раньше с такой же иронией звучала попартовская картина **Ричарда Гамильтона** «**Что делает нашу жизнь такой чудесной, такой восхитительной**», высмеявшей потребительскую «гармонию» и штампы массовой культуры и быта.

Более внятна идея нельсоновской экспозиции американского павильона на Всемирной «**Экспо-67**» в Монреале. Шаровидная прозрачная оболочка сделана Р.Б. Фуллером, символизируя и гигантский магазин, и одновременно земной шар, своего рода глобальный американский мир. Нельсону удалось создать двойственную экспозицию: он представил американскую цивилизацию наподобие свалки огромного числа новых предметов и товаров – телефонных трубок, телевизоров, бытовых приборов. По сути, в этом содержался намёк на расточительный характер цивилизации потребления. Но доминировали в пространстве «вирусы» массовой культуры – кровать из культового фильма, огромные фетиши массовой культуры вроде шелкографий Уорхола. Посетители шли тропками, двигаться можно было только общим потоком, за который невозможно было выйти. Особенно далеко и высоко от «простых» посетителей парили высокотехнологичные космические объекты. Это рождало неудовольство и втунуренный протест посетителей выставочного «рая».

ДЖОРДЖ НЕЛЬСОН. О ДИЗАЙНЕ

В 1957 г. Нельсон опубликовал книгу, в которой подытожил эксперименты, опыт американского дизайна и его критическое осмысление. [Основную информацию о биографии и работах Джорджа Нельсона можно найти на сайте «George Nelson (1908-1986), USA: Modern Design Archive»; URL: <http://www.georgenelson.org/>]

Суждения дизайнера настолько самобытны и актуальны, что мы рискуем привести пространственные фрагменты из неё, тем более что для большинства книга недоступна.

«Подобно Будде и Боттичелли

Дизайнера в пределах его профессии можно рассматривать по-разному. Мы уже довольно подробно говорили о нем как о поставщике комфорта. Во многих слоях общества его воспринимают как придаток к рекламному агентству или подсобную силу в отделе сбыта. Иной раз ему приходится создавать новую вещь от начала до конца, поскольку некоторые клиенты рассчитывают услышать, как и что надо сделать. А может быть, дизайнер — это своего рода консультант по вопросам вкуса?

Дизайн как коммуникация

Хотя все эти определения представляются мне в какой-то степени верными, я лично считаю, что дизайнер — это, в сущности, художник. Правда, орудия его труда несколько отличаются от орудий его предшественников, и все же он — художник. Я придерживаюсь этого взгляда, ибо считаю, что так должно быть, если только дизайнер намерен выполнять свои функции на максимально высоком уровне. Слово «художник» в известных кругах может быть встречено с подозрением. Возможно даже, что некоторые промышленники станут сторониться дизайнеров, услышав, что их называют художниками. Такого бы не произошло, если бы люди по достоинству ценили художника, понимали его непреходящую ценность и то влияние, которое он оказывает на общество. Большинство людей не знает того любопытного факта, что наименее солидные профессии зачастую оказывались наиболее долговечными. Если бы кто-нибудь начертил диаграмму тех видов человеческой деятельности, которые просуществовали дольше других и оказали наибольшее влияние на потомков, полученные результаты потрясли бы многих.

Возьмем, например, легенду о Будде. Это был аристократ, который однажды покинул дворец предков, чтобы поселиться в пещере и проповедовать свое учение об отношении человека к окружающему миру, не имевшее никакого практического значения. Кто сейчас помнит, сколько денег было у отца Будды или как звали командующего войсками Индии в ту эпоху?

Зато мы помним, что Будда оказал влияние на жизнь сотен миллионов людей, что он сделал это, сидя в пещере и время от времени что-то изрекая, и что имя самого могущественного его современника бесследно стерлось. Будда был не художником, а проповедником религиозного учения. Упомянутая диаграмма показала бы, что религиозное учение (или, если хотите, философия) — самое долговечное из всего, что до сих пор создавалось человечеством.

Другой пример — Боттичелли. Это был итальянский художник, писавший женские лица так, как их не писал никто ни раньше, ни позже него. Многие знают Боттичелли и его картины, но кто назовет вам политического лидера Флоренции тех времен, кто скажет, кому принадлежала крупнейшая импортная фирма Венеции или какие города воевали между собой и кто из них вышел победителем? Диаграмма показала бы, что по долговечности искусство занимает второе место среди творений человека.

Простертая рука

Что же такое художник? Мы знаем, что совсем не обязательно это малый, голодающий в мансарде. У Матисса, например, была пропасть денег. С другой стороны, в мансардах голодало множество нехудожников. Нам также известно, что художник не обязательно живописец или скульптор. Д.-У. Гриффит не работал ни кистью, ни резцом, но это не мешало ему быть художником. Я лично даю следующее определение, хотя, возможно, оно устроит не всех: художник — это человек, который даёт форму какой-либо сущности. Он поставщик не комфорта, а истин. Всегда можно сказать, дошёл ли до нас замысел художника, ибо, воспринимая его, мы испытываем чувство, будто знали об этом всю жизнь. <...>

Дизайнер, выступая как художник, должен работать над сущностью стоящих перед ним задач, а это невероятно трудно. Бесполезно сетовать, что одно дело — расписывать Сикстинскую капеллу, и другое — проектировать ванную комнату. Конечно, это не одно и то же. Божья коровка не слон, но биолог не станет презирать её за то, что она меньше слона. <...>

У меня на кухне стоит стиральная машина — невыразительный белый куб, не содержащий ни малейшего намека на его назначение. После двухлетнего созерцания этого предмета я испытываю весьма смешанные чувства по отношению к нему. Меня крайне раздражает, что эта машина постоянно на виду.

Я предпочел бы, чтобы её, словно печку, убрали с глаз долой. В то же время меня восхищает, что дизайнер приложил максимум усилий, делая машину как можно менее заметной. У неё предельно простая форма, все украшения сведены к минимуму. Я совершенно отчетливо воспринимаю идею этого дизайнерского решения: дизайнер определённо считал, что стиральная машина не должна быть заметной, и постарался этого добиться. Не его вина, если он не сделал последнего шага и не встроил её в стену. Поэтому мы приемлем его идею и с уважением относимся к труду, затраченному на её воплощение. Аналогичные примеры можно привести из области автомобилестроения. Сейчас дизайнерские решения автомобилей постепенно «итальянизируются», о чём свидетельствуют выпущенные в последнее время английские и американские модели. По мнению многих, это означает, что кто-то из итальянских дизайнеров правильнее других отразил сущность автомобиля. И это неизбежно оказало влияние на образ мыслей дизайнеров во всём мире. Я предпочел говорить о дизайне как о коммуникации (хотя его можно рассматривать во многих других аспектах), ибо такой подход возлагает максимум ответственности на дизайнера. Но особенность большого искусства и состоит в том, что художник берет на себя полную ответственность за передачу истины так, как он её воспринимает. Долг дизайнера – выработать в себе художническое видение современного мира.

Под этим я понимаю целостное видение, включающее воззрения учёного, математика, вообще всякого творческого работника (с. 40).

Традиция против техники

Для появления дизайна нужны условия. Необходима потребность или по меньшей мере возможность использовать изделия и нужен дизайнер. Он может считать себя фермером или механиком, а может называть себя и дизайнером. Это не имеет особого значения, коль скоро находится человек, который хочет и может дать форму замыслу. Пути превращения замысла дизайнера в готовый продукт формируются традицией и техникой. Эти два элемента не всегда действуют согласованно. В примитивных культурах потребность в проектируемых изделиях находит свое выражение в изготовлении ряда относительно простых орудий, утвари и предметов культа. Дизайнер здесь зачастую и творец и потребитель. (43)

Дизайнеру незачем быть личностью

Ни один вид дизайнерского проектирования не может существовать сам по себе. Он всегда связан — иной раз очень сложно — со всей совокупностью влияющих на него обстоятельств и воззрений. «Хороший дизайн», на наш взгляд, неразрывен с окружением. Добиться «хорошего дизайна» так трудно потому, что он требует от дизайнера большой эмоциональной и интеллектуальной зрелости, а такие люди встречаются не часто. Предшествующие поколения решали эту проблему, используя множество рук и умов, встречавшихся на протяжении столетий: примером могут служить топор или чайная чашка. Дизайнером был тогда не индивид, а весь социальный процесс испытания, отбора и отклонения. Такое положение сохраняется по сей день, хотя и в несколько другом смысле, мы же склонны переоценивать значение дизайнера как личности. <...>

Хороший дизайн, для чего он?

...Зависит от эмоциональной насыщенности, ясности мысли, проявленной при решении задачи. Поэтому многие старые вещи, которыми уже нельзя пользоваться, кажутся нам отличными. Поэтому и музеи доставляют нам наслаждение: здесь различие эпох и техники не служит преградой. Перефразируя очень глубокое замечание Пикассо, можно сказать, что искусство не имеет прошлого.

Культура «клинекс»

Для нашей эпохи характерно, что старое нами отвергается, а новое быстро надоедает. В этом есть своя хорошая сторона. В какой-то мере это логическое следствие баснословного роста знаний и производительности, открывающих новые увлекательные

возможности, а также выражение неодолимой тяги к тому, что можно назвать «культурой клинекс». Смысл её в том, что всё большее количество изделий превращается в предметы временного пользования. В той мере, в какой этот сдвиг уменьшает интерес к обладанию вещами, я нахожу, что всё идет к лучшему. Но сопутствующая погоня за новизной мешает нам видеть пути развития дизайна и понять, какие достижения в этой области – высшие. Подобно биологическим мутациям, новые проекты не обязательно представляют собой лучшее из возможных приспособлений к меняющимся условиям.

Чем является хороший дизайн...

Всё это подводит меня к главному выводу: «хороший дизайн», подобно хорошей картине, кухне, архитектуре и всему, чему угодно, выражает способность человеческого духа выходить за поставленные ему пределы. Он обогащает своего создателя творческим опытом и может точно так же обогатить зрителя или потребителя, достаточно подготовленного к восприятию воплощенной идеи. Но это воплощение идеи – не безделушка. Если «хороший дизайн» что-то облегчает или делает более комфортабельным, то лишь по чистой случайности: ту же роль может сыграть и нередко играет очень плохой дизайн. Если же использовать его произведения для того, чтобы продемонстрировать превосходство своих вкусов над вкусами соседей, то он теряет свое главное качество и становится одним из предметов престижного потребления, вроде яхты или кадиллака. Он не в состоянии превратить скучную, серую, ничтожную жизнь в значительную и радужно яркую – это под силу лишь самому человеку.

«Хороший дизайн» – не витамин и не сульфид-препарат. Он проявляет свою полную силу лишь тогда, когда с ним имеет дело личность, способная понять то, что дизайн сообщает, и насладиться им. Но такая личность не нуждается в дизайне для своего обогащения, ибо она без того богата. Вот почему, думается мне, такие люди, как Эйнштейн и Пикассо, как бы игнорируют более общие проявления «хорошего дизайна». Они заняты созданием собственных произведений и не нуждаются в других развлечениях.

Цель «хорошего дизайна» – украсить существование, а не подменить его собой.

Действительные различия

Значительные различия между двумя группами обусловлены опытом их работы. Дизайнер, окончивший учебное заведение, – это ещё не специалист. Он претерпевает постоянные изменения в зависимости от условий, в которых протекает его работа.

Рассмотрим, например, некоторые ситуации, связанные с типичным представителем свободной профессии. Прежде всего, никому нет дела до того, будет ли у него практика или нет, поэтому он вынужден всемерно развивать все ресурсы, имеющиеся в его распоряжении. Он становится крайне восприимчивым к открывающимся возможностям, которыми он, возможно, пренебрёг бы в других условиях. Он должен доказать посторонним лицам ценность своих услуг и в результате подняться выше среднего уровня. В случае успеха он будет работать на несколько фирм, нередко в областях, не имеющих почти ничего общего друг с другом. Такое расширение проблем дизайна, варианты которого обычно не поддаются предвидению, неизбежно приводит к выработке определённой позиции, методов и приёмов, рассчитанных на предельно широкое применение. В конечном счёте возникает организация, насквозь пронизанная особым духом и обладающая особыми средствами.

Дизайнер, одинаково владеющий резцом и карандашом, не видящий непреодолимых барьеров между изготовлением мебели и кинофильма, приобретает гибкость и уверенность перед лицом новой проблемы. Этот опыт имеет, конечно, и свои отрицательные стороны, но вместе с тем он дает огромную силу

«Пленный» дизайнер против «независимого» дизайнера

...В наше время административный персонал не перестаёт учиться очень многому. Этот процесс распространяется и на дизайнера как сотрудника администрации. В

подготовке дизайнеров и администраторов есть что-то общее, хотя и не много. В дизайнерских школах неизбежно создается такая обстановка, что буквально всё вращается вокруг личных достижений, а то особое внимание, которое уделяют эстетике (что тоже необходимо), не всегда воспитывает сочувственное отношение к проблемам бизнеса и промышленности.

При подготовке же административных работников подчеркивается, что необходимо знать, каким образом люди (особенно группы людей) делают те или иные вещи. Поэтому для дизайнера фирмы понятие деятельности приобретает два совершенно различных значения; в результате такого двойного воспитания он превращается в интереснейший гибрид. Кстати, и в придачу административной, имеющий огромную потенциальную ценность.

В наше время не так уж часто встречаются одарённые люди, умеющие говорить деловым языком и при этом сохраняющие способность широко подходить к стоящим перед ними задачам. Однако этим ценностью штатного дизайнера не исчерпывается. Каждая фирма, независимо от её характера, имеет свое лицо. Его трудно охарактеризовать на словах, но это ценнейшее преимущество. В значительной мере оно определяет поведение потребителя, покупающего продукт «а» вместо продукта «б». Лицо фирмы создает ее администрация (включая дизайнеров), оно складывается под влиянием миллионов повседневных дел, которые все вместе выливаются не только в определенную политику, но и помогают выработать чутьё как в отношении своих, так и нештатных сотрудников. Поскольку штатный дизайнер живёт и работает в таких условиях, которые он сам помогал создавать, он может выразить их сущность уверенней и эффективней, чем посторонний человек. Но ему приходится и расплачиваться за это: подобно другим административным работникам, он постоянно рискует застыть на одной точке, тогда как ему необходимо постоянно «расти».

Пока штатный дизайнер был в первую очередь дизайнером (в собственных глазах), он, естественно, был обязан охранять свои охотничьи угодья и преследовать браконьеров. Но сейчас он мало-помалу становится неотъемлемой частью администрации. А ей обычно все равно, какими именно путями достигаются необходимые результаты. Когда дизайнер, воспитанный в административном духе, наконец осознаёт, что ему платят за результаты, он перестаёт нянчиться с собственной персоной. Тогда дизайнер со стороны рассматривается уже не как конкурент, а как возможный помощник.

В процессе этого преобразования учится и независимый дизайнер. Он учится главным образом скромности, уважению к творчеству в таких малозаметных областях, как управление фирмой.

По-видимому, нельзя участвовать в проектировании одного продукта за другим и не понять в конечном итоге, что организация преуспевающей фирмы и управление ею требуют упорной работы, лежащей в основном вне компетенции дизайнера. Усвоение подобного урока вызывает стремление присоединиться к коллективу, хотя для этого дизайнеру вовсе не обязательно поступать в штат компании. Администрация может использовать это стремление в собственных целях, к которым относится не только поддержание устойчивости фирмы, но и способность быстро почувствовать и осознать необходимость изменения. Особые качества, развивающиеся у представителей двух групп дизайнеров, не исключают, а взаимно дополняют друг друга.

В сущности, и те и другие – порождение растущих потребностей промышленности, которой нужны квалифицированные специалисты и неспециалисты.

Цели и средства

Недостаток честности

Знакомясь с американским дизайном, трудно не прийти к выводу, что американскую промышленность обслуживают квалифицированные специалисты. В области дизайна, по моему личному впечатлению, работают люди, чьё знание материалов

и технологии почти не оставляет желать лучшего. Но я также убеждён, что вся эта квалификация и мастерство используются для выражения крайне посредственных идей. Меня поражает объем знаний, необходимых для проектирования, скажем, автомобиля «Бьюик» или новой модели «Хадсон», но не меньше удивляет то, что полученные результаты не доставляют мне ни малейшего удовольствия.

Поэтому, на мой взгляд, знание и мастерство ничего не стоят, если не использовать их честно.

Американский миф о массовом производстве

Разрабатывая план действий, дизайнер лишь предельно широко ставит задачу. Уметь сформулировать задачу – одно из необходимых качеств дизайнера. На технически отсталом предприятии, как в приведенном выше гипотетическом примере, дизайнер должен решить две проблемы, и должен создать такой проект, который полностью соответствовал бы не идеальной, а реальной технике, используемой на предприятии. Вторая проблема – помочь поднять технический уровень предприятия. Некоторые дизайнеры считают, что это не входит в их компетенцию. По-моему, ограничивая свою ответственность, дизайнер в такой же степени урезывает и свои возможности.

Творческое разрушение

Если бы формулировать задачу было так же легко, как это выглядит на словах, у нас было бы больше великих художников и дизайнеров. Только Сезанн сумел так чётко сформулировать задачу живописца, что это оказало воздействие на всех, кто пришел после него. Райт с его упором на природу материала помог изменить направление развития архитектуры. Фуллер, выдвинув идею большего эффекта на каждый вложенный фунт, дал дизайнерам оружие огромного значения. Парадоксальность положения в том, что прийти к такого рода формулировкам можно, лишь обладая способностью к разрушительным действиям. А поскольку человечеству глубоко присуще стремление цепляться за все уже существующее, то для сознательного разрушения чего бы то ни было, даже концепции, требуется особое мужество.

Однажды я почувствовал: без этой способности не может быть и большого художника. Я понял также, что эта специфическая способность не является монополией горстки гениев, а доступна всякому, кто хочет возможно полнее проявить свои творческие возможности.

Впервые я встретился с этим парадоксом в «Войне и мире». Толстой упоминает о «творческом разрушении», сопутствовавшем войне 1812 года, и столь категорическое приятие того, что мне казалось противоречием, озадачило и рассердило меня. Но со временем оно превратилось в описание самого жизненного процесса. Примером может служить вся природа, и всякий в состоянии проиллюстрировать этот процесс примерами собственного опыта.

Мне вспоминается, как у меня возник замысел стены-стеллажа. Мы с Генри Райтом усиленно трудились над проблемами хранения домашних вещей и проделали большое количество исследований. Мы накопили огромное количество фактов, подтверждавших, что на площади глубиной всего десять дюймов можно хранить огромное количество предметов домашнего обихода. Однако несколько месяцев мы ломали себе головы над тем, что делать с этими фактами. Однажды, глядя на стену своей конторы, я с раздражением почувствовал, что с ней что-то неладно. Постепенно чувство перешло в убеждение, что вся беда в существовании шестидюймовой перегородки, не содержащей ничего, кроме воздуха. Почти немедленно возникла идея добавить с каждой стороны по несколько дюймов и использовать внутреннее пространство для хранения вещей.

Заметьте, что первым звеном в этой цепи рассуждений был непреднамеренный разрушительный акт: уничтожение понятия о перегородке, имеющей только одно

назначение. Едва этот акт был совершён, возникший вакуум в одно мгновение был заполнен новой идеей.

Третьим орудием дизайнера (если предположить, что он заинтересован в проявлении своих творческих возможностей художника) я назвал бы эмоциональную способность совершить разрушительный акт. Тот, кто проанализирует сказанное в свете собственного опыта, мне думается, почувствует, что стержнем всего процесса дизайнерского проектирования является противоположность между творчеством и разрушением. При таком взгляде на вещи распространённое представление, будто творить хорошо, а разрушать плохо, теряет всякий смысл. Банальные же рассуждения на тему о том, что «эволюция лучше революции», кажутся нелепыми.

Эволюция и революция, созидание и разрушение – это разные названия одного и того же. Мы употребляем то или другое в зависимости от избранного нами поля деятельности. Дизайнер, не сознающий этого, лишен одного из основных орудий своей профессии.

Хороший дизайнерский проект можно создать в любых условиях

...Произведение искусства можно создать при любом уровне развития техники и общества. Будучи созданным, оно не теряет своей ценности с течением времени или переменами в технике, ибо оно наделено неразрушимой жизнью.

В течение трех лет я вел в Колумбийском университете курс дизайнерского проектирования и обнаружил, что студенты весьма критически настроены по отношению к тому, что произведение искусства можно создать при любом уровне развития техники и общества. Будучи созданным, оно не теряет своей ценности с течением времени или переменами в технике, ибо оно наделено неразрушимой жизнью. Это важно для дизайнеров, особенно для студентов, так как помогает устранить один из психологических тормозов, препятствующих творческой деятельности. Студентов, например, нередко сдерживает чувство страха и беспомощности перед необходимостью выйти в жизнь. Можно найти оправдание этому чувству, но не сопутствующим ему явлениям.

...Если к имеющимся в распоряжении дизайнера средствам добавить убеждение, что никакое стечение обстоятельств не может удержать человека от той или иной формы подлинно творческой деятельности, то в событиях минувших десяти-пятнадцати тысяч лет мы найдём множество подтверждений. Мы видели с вами: самое большее, на что способен художник, — это создать произведение искусства. Мы видели также, он способен сделать это в самых различных условиях, что может означать только одно: когда речь идет о создании произведения искусства, технические усовершенствования, в процессе ли обработки или в материалах, не имеют ровно никакого влияния на конечную цель. Правда, по мере появления новых усовершенствований в промышленности дизайнеру бесконечно приходится решать одни и те же проблемы: с каждым новым изобретением поле деятельности дизайнера незаметно сдвигается, и мир выглядит несколько другим. Но это вовсе не значит, что нужно хвататься за последнее слово техники в области производства и материалов и видеть в нем средство исправить свои недостатки как дизайнера.

У дизайнера такие клиенты, каких он заслуживает

Я вовсе не хочу сказать, что дизайнера призовут в высший совет промышленности, потому что правление фирмы решит, что оно нуждается в зримом выражении своей веры в человечество.

Об изменениях, вызывающих действительные сдвиги в обществе, никогда не говорят в столь выпяченных выражениях. Причины их самые прозаические. К примеру, небольшая компания вдруг обнаруживает, что она в состоянии конкурировать с крупными промышленниками только в области дизайна. Или же начальник отдела сбыта, испугавшись спада, решит, что некоторые товары нуждаются в «косметической

операции». Дальнейшее зависит от дизайнера, так как он вполне в силах продемонстрировать своему клиенту, какие возможности таятся в его сфере деятельности.

Поэтому я склонен считать, что у дизайнера такие клиенты, каких он заслуживает. Крупный дизайнер, заявляющий, что ни один из его сорока семи клиентов никуда не годится, выносит приговор самому себе.

К списку средств, которыми располагает дизайнер, можно причислить почти универсальную специализацию. Это очень важный момент. Он важен потому, что открывает такие возможности творческой деятельности, каких художники не знали со времен итальянского Возрождения, когда человеку ничего не стоило быть одновременно портретистом, архитектором и военным инженером. В наше время подобная разносторонность снова становится доступной – не потому, что один человек способен в деталях овладеть полдюжиной различных профессий, а потому, что в каждой области имеется столько специалистов, что он может не пожелать специализироваться. Многие дизайнерские бюро (как большие, так и малые) охватывают всю область дизайна – от архитектуры и планировки до графических работ. Специалисты иногда называют дизайнера «мастером на все руки», но на самом деле это не так, ибо он мастер только в одной области – области дизайна.

Если вас интересует тенденция, то я бы сказал, что это явление – часть очень широкого, еще нечётко очерченного процесса социальной эволюции, который, возможно, снова породит «универсального человека», но уже на принципиально ином уровне.

Это очень широкая картина, так как она охватывает слияние наук, воздействие ядерной физики, расширение ассортимента бесчисленного количества предприятий, некогда специализировавшихся на выпуске одного вида продукции, региональное планирование и другие области. Дизайнер, который обнаружит, что он движется в том же общем направлении, не должен удивляться или теряться, ибо в основе его побуждений лежат глубокие социальные преобразования, происходящие повсеместно

Сузубо личный вопрос

Последним и самым главным орудием дизайнера я назвал бы честность. Под этим я понимаю не кодекс профессиональной этики, побуждающий вас не отбивать заказов у конкурента, и не здравый смысл, который не позволяет вам очищать карманы клиентов. Под честностью я разумею способность человека решать, что для него хорошо и что плохо. Это сузубо личный вопрос, которому нельзя дать рационалистическое объяснение.

Речь редко идет о больших решениях, но даже когда это свойство проявляется во множестве мелких решений, оно дает направленность дизайнеру как личности и как художнику. Честность – в том смысле, какой я вкладываю в это слово, – не имеет ничего общего с правотой или неправотой. Несколько месяцев назад моё бюро не приняло заказ на проектирование торшеров просто потому, что, как мне казалось, укрепить лампу в сто ватт на стержне высотой в пять футов – не значило решить проблему освещения.

Возможно, что мы сделали неправильный вывод, но ещё хуже было принять заказ, раз мы придерживались такого мнения. Как бы то ни было, инцидент был незначительный, но мне представляется, что он иллюстрирует, какие мелкие, неинтересные решения то и дело приходится принимать дизайнерскому бюро.

Устаревание

Многие дизайнеры, с которыми мне довелось беседовать, считают такую позицию непопустительной роскошью. Может быть, это и так. Все зависит от взгляда на ответственность дизайнера не перед «народом» или любой другой абстракцией, к которым мы питаем такое пристрастие, а перед самим собой. Я знаю, пока человек не уяснит для самого себя, что для него хорошо, а что нет, он будет страдать от той же путаницы во всех сферах своей практической деятельности.

Единственная роскошь, которой дизайнер не может позволить себе в наши дни, – это путаница. В важных событиях, развёртывающихся нарастающими со дня на день темпами, мы можем увидеть (если приглядимся) картину разрушающегося старого и нарождающегося нового мира... Дизайнер может выбрать себе ту роль, которую он хочет играть в осуществлении преобразований, представляющихся ему желательными. Фактически перед таким выбором в той или иной форме он стоит испокон веков. <...>

До Первой мировой войны поведение потребителей в США и за границей почти не отличалось. И у нас бережливость была добродетелью не только в силу пуританского наследия, но и потому, что страна нуждалась в каждом лишнем центе для вложения в тяжёлую промышленность. Другими словами, бережливость и расточительность – понятия не абсолютные. Они не столько отражение национального темперамента, сколько логическое следствие достигнутого уровня развития промышленности. В СССР, в стране, превосходящей нашу по размерам и, возможно, более богатой природными ресурсами, – урезывали себя во всём не потому, что коммунистам нравится, что люди ходят пешком, а потому, что крайняя «бережливость» была единственным способом в короткий срок создать огромную промышленную базу. <...>

Поэтому при анализе устаревания задача, видимо, состоит не в сравнении нашей практики с практикой соседей, а в выделении факторов, имеющих реальное значение. <...>

Каждое общество живет под влиянием определённых идей, настолько могущественных и распространённых, что сами люди едва ли их осознают. Эти идеи как бы фокусируются в определённом центре, откуда они распространяются на всё общество, придавая ему особый характер. В XIII веке таким центром была церковь. В Америке наших дней этот центр – бизнес.

Бизнес опирается на гигантский промышленный комплекс, а сердце промышленности находится в сфере производства средств производства. Наука и техника существуют, чтобы обслуживать этот комплекс, и в свою очередь поддерживаются им. Во всей этой области господствует идея изменений. Прогресс, технические усовершенствования, всё, к чему мы стремимся, – результат изменений. Изменения в этой области всегда приемлемы, и их благотворное влияние легко продемонстрировать. Идея изменений как чего-то полезного и желательного распространилась из указанного центра и окрасила образ мыслей общества в целом. Мы легко попадаем на удочку «новизны» во многих областях, где изменения не имеют ровно никакого значения. Сила концепции, совершенно правильной по отношению к производству средств производства, настолько велика, что мы склонны применять её где попало. Такое положение представляется вполне естественным.

...Но для многих людей в промышленности, в том числе для дизайнера, это создает первые осложнения. Все эти осложнения связаны с ускорением морального износа на второстепенных уровнях, то есть там, где не действуют основные факторы.

Вторым осложняющим моментом является мода. мода – это выражение свойства вещей приедаться людям. Под её влиянием вещи (украшения, одежда и т. п.) устаревают задолго до того, как они успеют износиться. В таком обществе, как наше, подверженном глубоким изменениям (и имеющем такие возможности для распространения информации), моды меняются быстро. Важное свойство моды – её цикличность, поэтому она имеет мало отношения к действительному устареванию. То, что устарело недавно, всегда немодно, но дайте срок, и старое опять покажется новым.

Настоящее устаревание – процесс, начало которому было положено действительными улучшениями. Вообще говоря, этот процесс идет в одном направлении. Мало вероятно, что когда-нибудь опять станет модным верить, будто земля плоская. Одним из активных двигателей этого процесса является дизайн. Это значит, что кто-то заново формулирует поставленную задачу, используя новую информацию, и предлагает

лучший ответ. Иначе говоря, дизайн представляет собой попытку внести определённый вклад с помощью изменений. Если такой вклад не вносится или не может быть внесён, то единственным способом создать иллюзию изменений будет стилизация.

Большинству дизайнеров зачастую приходится заниматься именно стилизацией. При нашей любви к изменениям потребители должны получать хотя бы иллюзию их. Подчёркивая различие между стилизацией и дизайном, я не хочу этим сказать, что одно хорошо, а другое плохо. Для промышленности – это два разных орудия, и способность отличать их имеет большую практическую ценность. <...>

Дизайн – это вклад. Поэтому не остаётся ничего другого, как прибегнуть к стилизации. Крышам, текстуре стен, дверным молоткам, ставням и прочим аксессуарам приходится придавать такой вид, чтобы в совокупности они создавали приятный ансамбль, делающий данный дом «непохожим» на другие, но не настолько, чтобы это могло отпугнуть потребителей. <...>

Дизайн предполагает наличие дизайнера. Им не обязательно должен быть совершенно определённый специалист в данной области. Всякий, кто играет важную роль в создании и усовершенствовании изделия, выполняет функции дизайнера. Темпы устаревания куда больше занимают дизайнера, чем это может показаться на первый взгляд, ибо он по своей натуре неспособен оставить вещи в покое. В ходе упомянутого выше обследования предпринимателям и дизайнерам был задан вопрос: «Считаете ли вы устаревшей продукцию, выпускаемую вами в настоящее время?» Подобное предположение было отвергнуто всеми предпринимателями, но не дизайнерами.

Новая профессия!

Дизайн отличается от архитектуры и машиностроения в одном очень интересном отношении: это единственная профессия, ставшая мифом, не успев достигнуть зрелости. Всем знаком образ дизайнера, созданный рекламой. В соответствии с этим эффектным портретом дизайнер сочетает в себе таланты Архимеда, Томаса Эдисона и Микеланджело. Сия незаурядная личность переделала все привычные атрибуты цивилизованной жизни, создала электрокосилки, срезающие траву, но не причиняющие никакого вреда ценку; кабины грузовиков, более комфортабельные, чем каюты первого класса на роскошном лайнере, и холодильники, едва ли не сами заказывающие гастрономические товары. У этого счастливчика имеются свои заботы: предполагается, что, сотворив все эти чудеса, он затем должен создавать проекты новых изделий, настолько более привлекательных, что потребителю не останется другого выхода, как выбросить на свалку всё купленное им, дабы освободить место для усовершенствованных моделей.

Преувеличение всегда было одной из американских традиций, а мифотворчество старо, как мир. И хотя легенда о сверхспециалисте, сказочные таланты которого равняются лишь его сказочным доходам, приняла противоестественные размеры, нет недостатка в доказательствах, что с точки зрения бизнеса дизайнеры добились весьма внушительных результатов.

Прежде чем заняться основными проблемами, остановимся на некоторых вопросах, которые вас, возможно, интересуют. Как особый вид профессиональной деятельности дизайнерское проектирование существует около тридцати лет.

Понятно поэтому, что группа специализирующихся в этой области людей не обладает ни устойчивым положением, ни академическим статусом, присущим архитектуре и инженерным профессиям. В связи с этим можно ожидать, что здесь вы столкнётесь со своего рода нуворшиеством и довольно ощутимым комплексом неполноценности. Так оно и есть. Поскольку работа дизайнера редко бывает связана с вопросами, затрагивающими общественную безопасность, не существует и установленного законом метода, позволяющего контролировать доступ к этой профессии. Поэтому, как и следовало ожидать, в этой области можно встретить

шарлатанов и мошенников. Дизайн по самой своей природе связан с промышленностью, которую зачастую больше заботит сбыт, чем «честность» в проектировании. Поэтому можно ожидать, что вы встретите там разочарованных людей и неудачников, и это действительно так.

Один из преуспевающих дизайнеров как-то сказал мне: «Совершенно верно, что как группа мы существуем всего два десятка лет, но временами мне кажется, что я принадлежу к старейшей профессии мира». Приговор суровый, но не лишённый основания. Дизайнера больше, чем любого художника, принуждают идти на компромиссы. Под «компромиссом» я понимаю не приспособление ради упрощения производства или сокращения издержек, а извращение хорошего замысла в угоду потребителю. Мне думается, что именно в этом отношении дизайнер резко отличается от архитектора и инженера. Дело в том, что его усилия никогда не бывают направлены на один объект, например строительство, а охватывают нечто повторяющееся многократно. Поэтому он волей-неволей сталкивается с проблемой сбыта. <...>

...Другими словами, дизайнер, очевидно, стал вдохновителем новой формы народного искусства. Мерилом народного искусства служит не столько его распространение, сколько свобода и критический дух... <...>

...Я утверждаю, что всё, что выходит за рамки дизайнера как художника, работающего в промышленности, то есть всё, что дизайнер делает помимо этого, является для него второстепенной или побочной деятельностью. Он может располагать штатом в пятьсот человек и полным набором специалистов всех сортов, но в конечном счете о нем станут судить по тому, насколько правильную форму он придал вверенным его заботам вещам. Пока этот основной критерий не будет принят и применен, дизайн не даст миру таких великих личностей, как Райт, Корбюзье, Генри Мур и Пикассо, коих можно найти в смежных областях, то есть в архитектуре, скульптуре и живописи. Пока же дизайн смог выдвинуть лишь несколько талантливых и преуспевающих людей.

Итак, в конечном счёте даже эта самая процветающая и популярная из профессий сводится к очень старой и очень простой истине: к честности человека (в сравнении с честностью других людей), к его способностям как художника, выполняющего определённую работу, к широте его видения, определяющей те нормы, которые он устанавливает для самого себя, и к мужеству, с каким он их придерживается».

ДЖОНАТАН АЙВ И «ЭППЛ»

Американский дизайн создавали романтики европейского происхождения, учившиеся у европейских учителей или на европейском опыте. Мало кто из них прошёл мимо влияния Европы. Самый яркий из европейцев, чьё имя известно почти всем – **Джонни Айв** (Джонатан Пол Айв, Jonathan Paul «Jony» Ive, 1967), живая легенда. Родился в пригороде Лондона (Чингфорд) в учительской семье. Вырос в Стаффордшире, учился в Walton High School. Дизайнер рассказывает: «Мой отец был мастером на все руки. Он делал мебель, серебряные изделия и у него был невероятный дар – уметь делать многое своими руками».

Дизайнерское образование Айв получил в «Newcastle Polytechnic», сейчас – «Northumbria University», где бывает, читает лекции. Айв вспоминает: «Пока я рос, я любил чертежи, но они всегда были на службе у идеи. Я постоянно чертил, и мне нравилось это дело». В 1992 г. он переезжает в Сан-Франциско, где с 1997 г. работает в должности вице-президента «Apple Computer» по промышленному дизайну: «Мы стараемся разрабатывать продукты, которые порой выглядят неизменяемыми. Это оставляет вас с чувством, что есть одно-единственное возможное решение, которое будет иметь смысл. Наши продукты – это инструменты, и мы не хотим, чтобы дизайн

стоял у них на пути. Мы пытаемся внести простоту и ясность» (из интервью Шейну Ричмонду, Shane Richmond из Telegraph).

Айв начал профессиональную карьеру и состоялся в качестве дизайнера в Великобритании. Некоторые особенности его личности, образования и судьбы чрезвычайно показательны. «Колледж искусств и индустриального дизайна» (**College of Art & Industrial Design**) «Нортумбрийского университета» был техницистской школой, связанной с промышленностью, ориентированной на ремёсла, изучение материалов и технологий. За время учёбы студенты дважды практиковались на предприятиях. После длительных практик, во время которых разрабатывались продукты для реального производства, они возвращались в аудитории, настроенными на интенсивное обучение.

В вузе была хорошая инструментальная база, возможность работать со многими материалами на практике, осваивать технологии. Различные отделения колледжа находились в одном здании: здесь вместе учились художники, дизайнеры костюма, графические дизайнеры, дизайнеры мебели, интерьерщики. Это было программное соединение специальностей, образовательная синергия, нацеленная на то, чтобы студенты расширяли представления о смежных профессиях, пересекались в поисках и творчестве.

Модель обучения была похожа на баухаузовскую. На первых этапах преподаватели развивали креативные способности и проектное сознание, например, задание: «спроектировать две комнаты, используя только несколько простых геометрических форм: сферу, куб, тетраэдр и конус». *«Мы должны были создать такую комнату, в которой человек чувствовал бы себя уютно и не хотел её покидать, – вспоминает Маунси (учился годом раньше Айва). – Другая должна была заставлять человека чувствовать себя униженным и желать поскорей уйти из неё. В общем, две противоположности». Самым важным в процессе был отчёт, в котором учащийся должен был обосновать свои решения»* [В характеристике английского периода жизни Айва использован детальный биографический материал Лиэндер Кэни «Джони Айв» с сайта <http://appleinsider.ru/tag/dzhonatan-ajv>].

Влияние «Баухауза» проявлялось в установке на простоту форм, ясность функций, системный, но не примитивный геометризм. Как и мастера «Баухауза», Джонни Айв изначально стремился к совершенству, тщательной продуманности и общего, и деталей. Конечной целью становились идеальная форма, совершенство всех нюансов функции и конструкции, инновационность и соответствие природе объекта: *«Почему мы считаем, что простота – это хорошо? – пояснял позже дизайнер. – Потому что, когда мы имеем дело с предметами, нам важно чувствовать, что мы управляем ими. Упорядочивая хаос, вы находите способ подчинить себе предмет. Простота – это не только наглядный стиль. Это не минимализм или отсутствие беспорядка. Чтобы достичь простоты, необходимо прорыть туннель в недрах сложности. Чтобы быть по-настоящему простым, нужно добраться до самой глубины. К примеру, если вам не хватает каких-нибудь винтиков, вы рискуете создать нечто чрезмерно сложное и запутанное. Но куда лучше сосредоточиться на простоте, познать её, разобраться, из чего она состоит. Чтобы избавиться от второстепенного, нужно проникнуть в суть предмета».*

В студенчестве у Айва проявились личные особенности, человеческие и профессиональные: *«склонность постоянно создавать прототипы», «рабочая этика и сосредоточенность», «ответственность за порученную работу и её результаты»; «готовность принимать риски, и даже в случае провалов не отступить от принципа работы»; «увлеченность и стремление создать команду для успешной работы»; «прилежность и работоспособность», – так видят знавшие Айва в его тогдашнем статусе. «В некотором смысле это было довольно печальное время, – вспоминает он сам. – Кроме работы я больше ничем не занимался».*

Уже этих качеств достаточно, чтобы Джонатан Айв выделялся на фоне других студентов и профессионалов. Но «список достоинств» (можно сказать – «скучности») не исчерпывается. Вот еще свидетельство: *«Обучаясь в Ньюкасле, Джонни также оказался*

подверженным сильному влиянию нескольких конкретных личностей. Например, на первом курсе он проходил занятия по скульптуре. У профессора была аллергия на гипсовую пыль, поэтому он должен был работать в специальной маске и резиновых перчатках, однако он стойко проводил урок за уроком. Джонни впечатлила такая самоотдача преподавателя, но куда больше его восхитило то, как он обращался с работами студентов. К каждой скульптуре он испытывал чувство, которое можно было назвать благоговением. Он любовно стряхивал всю пыль со скульптур студентов и обсуждал их с уважением, даже если работы были ужасными».

«В уважении, проявляемом к работе, есть что-то важное, – считает Айв. – Идея состоит в том, что если ты не нашел времени для того, чтобы это сделать, то почему кто-то другой должен его найти?»

«Его отношение к работе всегда было очень тщательным, – отмечал Нил Смит, преподаватель промышленного дизайна. – Он был очень внимательным и прилежным студентом, который никогда не жил импульсами».

Симптоматичный поворот судьбы Д. Айва связан с практикой в базирующейся в Лондоне компании «**Roberts Weaver Group**» (RWG), он проходил её в течение двух семестров. Ведущий дизайнер **Клайв Гриньер** обратил внимание на Айва, более того – стал другом, несмотря на то, что Айв на 18 лет моложе (позже К. Гриньер занял пост директора по дизайну и инновациям в «Британском совете по дизайну», «министерстве дизайна»): «У него было маленькое круглое лицо и безумная прическа, торчавшая во все стороны, – вспоминает Гриньер. – Он был похож на расческу!<...>

Оглядываясь назад, могу с изумлением признать, что хотя в студии имелось от 8 до 10 опытных дизайнеров, вся работа, в конце концов, доставалась этому студенту! Поэтому к моменту, когда я пришёл в RWG, Джонни уже был знаменит. <...>

Мы с ним очень быстро подружились, – заявляет Гриньер. – Он был лишён эгоцентризма, что было очень редким качеством для студентов-дизайнеров. Большинство учащихся страдают от раздутого самомнения при низком уровне таланта. У Джонни всё было полностью наоборот. Проектируя предметы, он был по-настоящему влюблён в то, что создавал. Выполняемые задания превращались для него в навязчивую идею»



Уникальным итогом практики стали несколько работ для RWG, например, линейка авторучек, заказанных компанией «**Zebra Co. Ltd.**» (Япония). Директор по дизайну RWG **Фил Грей** согласился оплачивать обучение Д. Айва в колледже: «Он разработал несколько прекрасных методик отрисовки, которые были совершенно уникальными, – вспоминал Грей. – Он нанёс несколько красивых набросков на плёнке, причем заднюю сторону пленки он покрыл гуашью, а затем перевернул пленку и нанёс красивый рисунок на другой стороне, создав эффект полупрозрачности. Этот эффект был просто потрясающим и отлично передавал материалы, которые он задумал для использования. Он был таким замечательным чертёжником, что по его наброскам было невозможно определить, рисовал ли он окружности вручную или использовал циркуль. Он был очень внимателен к

мелочам». Редкий случай: работа студента-практиканта была сделана настолько грамотно и одновременно инновационно, что пошла в серию. Ручка должна была производиться из белого пластика с прорезиненными боковыми накладками.

Свидетельство Гриньера: *«В то время идея о том, чтобы оснащать ручку компонентом лишь для того, чтобы было с чем поиграться, выглядела очень новой (имеется в виду резиновая накладка с пупырышками, придававшая ручке особую тактильность и игрушка-застежка). Он действительно думал иначе. Дизайн ручки не ограничивался только формой: в нём присутствовал и некий эмоциональный аспект. Верьте в это или нет, но это было просто поразительно, особенно для такого молодого человека. <...> Его необычная ручка, «немедленно вселяла в своего владельца ощущение того, что он обладает неким призом, с которым не хочется расставаться».*

Мы видим, что уже в начальном отрезке судьбы вокруг Айва слагался апокриф: *«Весть о проекте распространилась по всей компании RWG, и вскоре появился специальный термин «джонничество», обозначающий необъяснимую способность предмета вызывать желание потрогать его и поиграться с ним. <...> В течение многих лет она продавалась в Японии в огромных количествах и запомнилась коллегам Джонни по RWG как его классическая работа» (Лиэндер Кэни).*

Гриньер: *«Его дизайнерские работы были простыми и элегантными. Они вызывали удивление, но очень быстро их необычность в ваших глазах приобретала смысл и логику. Очень скоро возникает вопрос: почему никто раньше не смог до этого додуматься?».*

Второй «шумной» и сенсационной работой стал телефон, который Айв назвал **«Оратор»** (The Orator). *«Этот белоснежный телефон был выполнен из пластиковой трубки диаметром 2,5 см. Микрофон был встроен в базу, а при разговоре пользователь должен был держать телефон за основание «вопросительного знака». Изгиб этого знака расширялся и плавно переходил в ушной динамик» (Лиэндер Кэни).*

Для выпускного исследования и проекта Д. Айв выбрал социальную тему: **«Слуховой аппарат для использования слабослышащими студентами»**. В том, что английские выпускники избирают для выпускной работы социальную проблематику, ничего странного нет: это заложено в генетическом коде ещё Моррисом и продолжается до сих пор. Сочувствие и помощь нуждающимся – важная этическая компонента дизайна.



Для дегри-шоу (выпускной отчётной выставки) в университете Айв доработал и усовершенствовал телефон «Оратор». Гриньер, приехавший из Лондона в Ньюкасл, вспоминает: *«Такого я еще никогда не видел: маниакальная сосредоточенность на том, чтобы сделать все безупречным. <...>*

Меня поразило то, что этих прототипов (дома у Айва) было так много и они так незначительно отличались друг от друга. Я думаю, что у него есть некая духовная связь с Чарльзом Дарвином. Это было похоже на наблюдение за процессом эволюции. Стремление Джонатана к совершенству предполагало необходимость реализации любых крошечных изменений путем создания нового прототипа, и единственный способ понять, правильными ли являются эти изменения, состоял в создании физической модели».

Другое свидетельство – Фила Грея: «*Это была исключительная, очень продуманная дизайнерская работа. Она была очень логичной и прекрасно выглядела. Модель была поистине фантастической. Как мы знаем, в те времена мобильных телефонов еще не было. Телефон представлял собой коробку на столе с диском или клавиатурой, а также трубкой для разговора. Поэтому дизайнерский труд Джонни выглядел очень радикальным. Он был не только очень логичным и эргономичным, но также чрезвычайно простым.<...>*

Его выставка была просто потрясающей. Джонни также был первым студентом, который еще не успел закончить вуз, но уже выиграл грант от RSA».

После окончания университета Айв вернулся в RWG. Несмотря на то, что он получил и более привлекательные предложения, фирма оплатила его обучение, и возвращение было моральным долгом Джонни Айва. Фирма была одним из ведущих дизайнерских предприятий, Айв попал в хорошую профессиональную среду, оказавшись среди дизайнеров, с которыми до сих пор дружит. Он начал работать в лондонском отделении. Со временем отношения с предприятием осложнились: дизайнер был интересен, некоторые предприятия хотели бы, чтобы именно Айв разрабатывал их заказы, например, «**Идеал Стандарт**» (Ideal Standard), крупнейший в Европе производитель санфаянса, которому принадлежит 80% рынка. Руководство RWG чувствовало, что его обходят, что это создает конфликт управления предприятием. В свою очередь, Айва мучили бесконечные уступки клиентам и компромиссы, на которые приходилось идти не только по требованиям клиентов, но и просто из-за низкой этики и квалификации маркетинговых служб и посредников между дизайнером и заказчиком.

В конечном счете, Д. Айв под благовидным предлогом покинул предприятие. Его интересы были направлены в сторону «**Эппл**» (Apple), она представлялась «другим» предприятием, озабоченным не только прибылью, но и инновациями, чистым творчеством во имя идей и «чистого дизайна». По крайней мере, в пользу этого свидетельствовали разработки продуктов, отличавшихся как внешним видом, так и интерфейсами. Особенность была и в представлении о возможностях: США являлись технологическим лидером мира с огромными возможностями для самореализации, а «**Эппл**» находилась на вершине технологического лидерства — не в фундаментальной науке, к которой С. Джобс не имел отношения, а именно в инженерии, дизайне, коммерциализации разработок.

В 1992 г. Айв предлагает себя **Стиву Джобсу** (Steven Paul Steve Jobs, 1955, Сан-Франциско – 2011, Пало-Альто, Санта-Клара, Калифорния). Начинает работать в **Купертино** (Сан-Франциско), в 1997 г. становится вице-президентом по дизайну «**Apple Inc.**», проектирует знаменитые продукты: в 1998 г. представил оригинальный **iMac**; в 1999 г. – **Apple iBook, 22", Cinema Display, PowerMac G4 Tower** и **iSub**. В 2000 г. запустил **AppleG4 Cube**; в 2001 г. – титановый **PowerBook G4** и портативный MP3-плеер **iPod**. В 2002 г. – новые **iMac** с 15" и 17" дисплеями на шарнирах; **eMac**, версия **iMac**, разработанная для образования. В 2003 г. появляются 12" **PowerBook** и 17" **PowerBook**, самый лёгкий и тонкий на тот момент ноутбук.

В 2005 г. Айв занимает должность старшего вице-президента по промышленному дизайну корпорации «**Apple Inc.**». В том же году представляет **Mac mini**. В 2005 г. присвоено звание Командора Британской империи. В 2007 г. создан **iPod nano**, воспроизводит видео; смартфон **iPhone** с сенсорным экраном. Наконец, в 2010 г. появляется планшетный компьютер **Apple iPad**. В 2012 г. после ухода Скотта Форстолла приступает к разработке мобильной системы **iOS**, о чем давно мечтал: заняться ещё и

разработкой дизайна операционной системы, а не только «железа». Айв становится Рыцарем Британской империи. В 2013 г. – новый дизайн операционной системы **iOS 7**.

Эти продукты широко известны, и не только членам «секты» эпплонистов, в которой замечены известные дизайнеры, интеллектуально-творческая элита. Гаджеты от «Эппла» стали знаком принадлежности к «мировому креативному сообществу» (встречающийся термин «креативный класс» спекулятивен). Джобс настоял на том, что основой успеха является простота отношений между операционной системой и пользователем. Интуитивный интерфейс операционной системы и программ, определение компьютером подключаемых устройств (чего поначалу не умел делать «Виндус») вызвали восторг значительной части пользователей. Люди с художественно-творческим сознанием, как известно, слабы по части рациональности, логики, понимания технических устройств, а именно так поначалу работали интерфейсы «Майкрософта». Создав понятные отношения с компьютером, систему иконок (ушло свыше \$3 млрд), «Эппл» сделал верную ставку: «властители дум человечества» стали невольными «агентами влияния» компании, почему она стоически делает вид, что мало внимания уделяет рекламе и что не имеет отношения к очередям, возникающим при продаже новых продуктов. Предприятие, занимающее 15% процентов рынка компьютеров, имеющее самую мощную капитализацию в мире (свежие данные – \$1 трлн), конечно, не имеет отношения к ажиотажу на новинки: очереди возникают, понятно, без режиссуры и не инспирируются извне.

Стилевая эволюция Д. Айва приводит его от самобытных, но «слишком экспрессивных» разработок вроде **PowerMac G3 – 4**, к жёсткому и скучному дизайну в духе худших изделий «Браун». Технологически «Эппл», как и «Майкрософт», «Самсунг» и другие, использует общую элементную базу, забегая вперёд или отставая. Компания верно выстроила отношения с потенциальными пользователями, понимая их нужды и ущербную психологию творческих людей, больше других нуждающихся в символических декларациях и статусном признании с помощью дизайна. Тогда как другие разработчики принуждали пользователей разбираться в жутких пошаговых дебрях команд и опций, «Эппл» больше всего работала на свою целевую аудиторию – «агентов влияния» из творцов, больше всего ценящих простоту интерактивности.

Айв, став лицом компании, был чрезвычайно симпатичен, в отличие от «монстра» Джобса: скромн и сдержанно общителен, фанатично работоспособен, непритязателен в административных амбициях, сконцентрирован на инновациях и новых приборных функциях. Сложился парадоксальный тандем: гениальный скромняга дизайнер и антипод его – глава компании, персоне которого вызывала огромный интерес и не меньшее осуждение. Фил Грей из RWG так отзывался об Айве: *«Он обладал спокойным характером и отличным чувством юмора. В студии он никогда не вел себя шумно, но работа его была продуктивна, потому что он умел настоять на своем.*

Он отличался высокой степенью прилежности и работал чрезвычайно усердно. Эффективность его работы была потрясающей, а качество – безупречным. Он часто генерировал по полдюжины великолепных идей за короткий промежуток времени и был способен не только обсуждать их, но и доносить их до других благодаря своим изумительным чертёжным задаткам».

У Айва и его проектной идеологии есть прототип – философия и проекты создателя «приборного стиля» немецкой фирмы «Браун» Дитера Рамса. Тот внимательно следит за деятельностью Айва и превосходно отзывался о нём. В Инете широко распространены **«10 принципов хорошего дизайна»** Д. Рамса, главный из которых – *«хороший дизайн – это минимум дизайна»* стопроцентно соответствует философии Айва, как и его разработки. Народные исследователи антиномии «Рамс-Айв» давно поместили в Сети свои сравнения.

«Эппл» ещё до Айва, во времена Х. Эсслингера, отличался интересом к системности и простоте общения с техникой. «Маки» были ближе к человеку. Не случайно, после осознания этого перед разработчиками и «майкрософтовской» **WindowsXP**, по словам

Питера Нортона, была поставлена цель создать «проблемно-ориентированную рабочую среду», интуитивно ясную и контекстно выстроенную. Это был ответ «Эпплу», развитый в новых версиях «Виндусов» и хорошо.

Американская жизнь Айва не могла своеобразно не сказаться на его работах. Если в Англии дизайнера «бесила» необходимость подчинения проектов требованиям маркетологов, то мощь американской корпорации, масштаб её деятельности и авторитаризм С. Джобса сняли проблему. Айву пришлось смириться с внешними требованиями. Начиная с «Макинтоша» 1984 г., спроектированного в строгой светло-серой «брауновской» стилистике, внешний образ «Маков» пережил метания: от футуристичного биоморфизма (прозрачный цветной **iMac Computer** 1998 и криволинейный «веселенький» **iBook Laptop Computer** 1999) к изысканной полупрозрачности (**Power Macintosh G3**, 1997) и до бескомпромиссного жесткого функционализма, внедрённого в **Power Book G4 Titanium Laptop Computer** (2001).

«Гуманитарная» аудитория «макинтошей» продемонстрировала осторожность к «массовой» весёлости форм, склонность к строгости и обезличенности. Ценители «Маков» явно хотели слыть «серьёзными профессионалами», прагматиками и техниками, не будучи ими на деле. Компания уловила эти сигналы, выпустив нейтральный и скучный **Power Macintosh G5** (2003), а затем и линейку аналогичных семантически выхолощенных продуктов. Это был финал движения от крайности к крайности. Покупатели немалой деньгой проголосовали за «черный квадрат» дизайна, образную выхолощенность. Это означало подчинение воображения категоричности потребительской секты.

Айву можно было на этом закончить дизайнерскую карьеру в «Эппле». Аудитория его дизайна – потребителей «Маков» была жёстко очерчена, шаг вправо-влево исключался: бизнес-стратегия победила личность. После очевидных побед у гуманитариев «Эппл» начал нервничать – любовь требует доказательств, а они исчерпались алюминием, перфорацией, простой геометрией и утомительным однообразием. Если бы не экстремальные действия Джобса, не новая стратегия невдалеке от пропасти, если бы не «тачскрины» и интерактивные коммуникаторы, постоянно интегрированные в информационную среду («облака»), если бы не новые технологические наработки (они выполнялись лабораториями разных компаний), иконки и графика, возможно, не было бы компании, а судьба дизайнера стала очередной неудачей «гибели дизайна под натиском рынка и ложного расчета». Здесь мы должны сделать отступление.

В январе 2007 г. Стивом Джобсом был представлен принципиально новый продукт – **iPhone**, подготовленный к серии и через полгода запущенный в продажу. Событию предшествовало несколько лет секретнейших разработок. Джобс мечтал о планшете с простым управлением нажатием на экран: *«Скажу по секрету. Вообще-то, я начал с планшета. У меня появилась идея избавиться от клавиатуры, чтобы можно было печатать прямо на стеклянном мультитач-дисплее. И я поинтересовался у наших ребят, можем ли мы предложить такой стеклянный мультитач-дисплей, на котором можно было бы печатать, просто положить на него руки и печатать. И через шесть месяцев они пригласили меня и показали прототип такого экрана. А я отнёс его одному из наших замечательных парней, которые занимаются пользовательскими интерфейсами. Через несколько недель он позвал меня – у него была готова инерционная прокрутка. Увидев ленту, инерционную прокрутку и пару других вещей, я подумал: «Бог мой, да мы можем сделать из этого телефон!» И отложил проект планшета на полку. Потому что важнее был телефон. Следующие несколько лет мы работали над iPhone»* (С. Джобс).

Планшет был сложной проектной идеей с массой неясных функций и технологических порогов, восходившей к футурофантазиям 1980-х – 1990-х гг. Джобс, понимая её непредсказуемость и сложность, отложил работу над ней. Более простым казалось соединение медиаплеера с телефоном. Тем более что в 2005 г. совместно с «Моторолой» компания выпустила не очень успешный прототип телефона-медиаплеера

Motorola ROKR. Одновременно перед инженерами «Эппла» была поставлена срочная задача: разработать собственное устройство. Секретность обеспечивала изоляция разных групп разработчиков друг от друга. Даже переговоры с сотовым оператором «Cingular» сотрудники «Эппл» проводили «под видом сотрудников партнёрской компании «Infineon» [<http://ru.wikipedia.org/wiki/IPhone>].

В 2006 г. «Cisco» опередила Джобса, выпустив на рынок свой телефон. Сама торговая марка «iPhone» принадлежала с 1996 г. компании «Infogear», купленной «Cisco» (в 2007 г. «Эппл» и «Чиско» урегулировали конфликт в суде, договорившись о совместном использовании торговой марки, детали секретны). Появление в продаже летом 2007 г. не вполне доработанного «Айфона» (использовал устаревшие протоколы связи), ежегодные его обновления дали временной люфт для разработки следующего инновационного продукта – наконец-то планшетника iPad, представленного в 2010 г.

Коммуникаторы «Эппла» стали звездным часом самой компании и Джонатана Айва. Он рассказывал, что едва ли не главная проблема, которую решает – экономия материалов, выштамповка из отходов производства одного продукта другого, третьего [<http://www.youtube.com/watch?v=S9E2D2PaIcIж> ; фрагмент интервью Д. Айва с русским переводом по адресу: http://www.youtube.com/watch?v=t9Xh7A_EF8A]. На деле «брауновская» простота и аскетизм новых продуктов дополнились живой интерактивностью приложений и потока деловых и развлекательных программ, опций, превративших гаджеты в игрушку (живое зеркало пользователей), разнообразящую коммуникации. Умение чертить, упорядочивать структуру объекта, детально прорабатывать конструкцию и форму, добываясь тонкого совершенства деталей, талант подчинять свое «я» интересам цели и делать это всё с полной отдачей помогли Айву соответствовать этому новому вызову.

Американский дизайн вновь получил оценку у культурной и творческой элиты мира, а не у «массового» потребителя, тоскующего по «роскоши». За счет этого ажиотаж вокруг продуктов «Эппла» и разработок Айва достиг опасных размеров. Но фирма не заняла монопольного места на рынке. «Майкрософт» остаётся лидером рынка операционных систем и персональных компьютеров на базе «Windows», пропорция 85: 15. Ещё меньше доля рынка коммуникаторов, отчасти связанная с повторением политики «Сони», изделия которой при равных условиях продаются дороже конкурентов. Какое-то время это действует на покупателей магически, в духе известного софизма «мы не так богаты, чтобы покупать дешёвые вещи».

Айв был не единственным европейцем в США. Со времен Р. Лоуи традиция продолжалась. Его работа дала уникальный культурный результат: в «эппловском» дизайне был элемент коммерчески успешного «дауншифтерства», рассчитанного на хипсетров. Но ажиотаж вокруг продуктов фирмы породил зеркальную и ощутимую оппозицию «Эпплу» со стороны мыслящих дизайнеров и пользователей. Проектная матрица Джобса-Айва основывалась на чистых формах, очеловеченных подходах, на воплощённом в оболочке приборов техницизме, но при этом была раньше и больше других приближена к когнитивным особенностям человека. В условиях глобализованного мира, то есть мира американизированного, успех Айва воодушевил дизайнеров разных стран продвигать общезначимый дизайн, лавируя между авторскими импульсами и давлением потребления.

Многие американские продукты в иконном хранилище виртуального мирового музея дизайна. Но в неопределённом современном мире преобладают перемены и непредсказуемая утрата монопольности, особенно – навязанной, неорганичной.

ДИЗАЙН ИТАЛИИ

Дизайн вернул итальянской культуре её лидирующую роль, утраченную после XVII в. Появившись 1920-х – 1930-х гг., итальянская модель достигла пика развития в 1960-е гг., мировое лидерство обрела в 1970-е гг. благодаря остроумным выставочным проектам вроде

«Новый итальянский ландшафт». Восьмидесятые стали годами господства итальянского дизайна, но появились и неустанные попытки дизайнеров разных стран «обойти» итальянцев. Для профессионалов он стал знаком свободы, воображения и экспериментов. Такой образ создан был его радикальным отрядом. Впрочем, отлично развивался и коммерческий сектор: у Италии не было выбора, кроме как завоевать рынки мира «итальянским стилем». Так совпало, что молодые промышленники послевоенной поры мечтали вернуть стране её культурное значение, «перевоссоздать страну». Амбиции молодых предпринимателей совпали с желаниями архитекторов и дизайнеров. Основной частью итальянского дизайна был именно коммерческий дизайн, доминирующий во всем мире, а в Италии ставший важным мотором развития промышленности. Но те же итальянские промышленники, создававшие послевоенную экономику, помогали опробовать концептуальные проекты, не выходявшие за пределы студий и выставочных залов. Именно «бумажная», выставочная и поисковая часть сделала итальянский дизайн знаменитым, актуальным для критиков, коллег, а через них и для всего мира.

Идеи и проекты Э. Соттсасса, А. Кастильоне, А. Бранци, М. Цанузо, М. Беллини, появившись на выставках и в журналах в разгар революций 1968 года, будучи частью «контестации» – массового антикапиталистического движения, впечатлили творческую элиту и медиа. Нонконформистский «итальянский дизайн» захватил умы и сердца мыслящей молодёжи. Мир коммерческого дизайна мало связан с «истинным дизайном», но все миры перемешаны. Часто авторами являются одни и те же люди, проектирующие для души что-нибудь вроде стула из необработанных берёзовых прутьев (А. Бранци) или войлока (Г. Пеше), а хлеб зарабатывающие прагматичными тиражными вещами. Долгое время только итальянцы были органичны и интересны в обеих ипостасях.

В Италии дизайн развивался как искусство: как авторское высказывание — таким он создавался снизу архитекторами и художниками. Что до большинства ценителей «итальянского дизайна» дошумел не он сам, а лейбл «made in Italy», как правило, штампуемый на юго-востоке Азии по итальянским прототипам. Массовая, коммерческая линия поддерживалась государством (территориальными торгово-промышленными палатами и государственными структурами).

Коммерческий дизайн и производства создавались с конца 1940-х гг. отчасти на американские средства «плана Маршалла».

[**План Мёршалла** (*European Recovery Program* – «Программа восстановления Европы». Выдвинут в 1947 г. госсекретарем США Д.К. Маршаллом и начал осуществляться в 1948 г. Распространялся на 17 европейских стран, позже и на Японию. Имел две цели – освобождение Европы от «коммунистического влияния», чрезвычайно популярного после Второй мировой войны, и модернизацию и реструктурирование экономики и хозяйства. Отстранение коммунистов от власти было предварительным условием предоставления помощи. В Италии и Франции после войны пришли к власти компартии. План должен был экономически привязать получателей финансов к США: условием было приобретение американской продукции. Европейские страны получили с 1948 по 1951 гг. \$18 млрд. Италия за 3 года получила \$1,3 млрд. в тех ценах. В современных – на порядок больше]

Население Италии не самое большое в Европе – 58 млн человек, послевоенная промышленность создавалась в расчете на экспорт. Главные ресурсы Италии – хороший климат, моря и продовольствие, которых достаточно и в других европейских странах. Был только один способ вписаться в мировое разделение труда – стать индустриальной страной, развить лёгкую промышленность, производство высокотехнологичных продуктов с высокой добавленной стоимостью – интеллектуальной, творческой.

Своеобразная «двухкомпонентность» итальянского дизайна отличает его от американского или немецкого, которые меньше ориентированы на чистый эксперимент. Хорошо послевоенную ситуацию описывали «отцы» итальянского дизайна на встрече в редакции журнала Домус в 2004 г. **Этторе Соттсасс**: «В тот счастливый период, о котором говорит Маджистретти, не было никаких дизайнеров, лишь архитекторы. Они были архитекторами-интеллектуалами, подобно Франко Альбини и присутствующему

здесь Маджистретти. Что касается меня непосредственно, я был тогда маленьким... (смех), но все мы были архитекторами. Теперь есть школы дизайна, которые не предлагают обширной подготовки, которая была в нашем распоряжении.

И производственники были также другими. Они были молодыми промышленниками, почти все – антифашисты, которые вступили в дело своих отцов сразу после войны. Они надеялись, что Италия сможет обновиться: и социально, и этически. Они следовали за нами с огромной этической страстью, но они не были настоящими промышленниками. Они были скорее «механизированными ремесленниками».

Энцо Мари: Они были промышленниками, не знакомыми с ужасами индустриального производства, потому что наивно брались за оборудование своих фабрик, несмотря на риск. Временами все шло хорошо, часто они банкротились. Мы не должны забывать, что итальянский дизайн состоял на 51 % из фанатиков, мечтавших о построении нового мира в своем городе (Милане, например) и стране, разрушенной войной.

Мой пятидесятилетний опыт в профессии и 2000 проектов свидетельствуют, что когда предприниматель умирает, его компании также светит труба. Дизайн заболевает, когда становится механизмом для парвеню типа Пиануры Паданы. Мечта о том, что дизайн может материализоваться в индустриальном продукте, остается только мечтой. Когда только возможно, к ней определенно нужно стремиться.

Этторе Соттсасс: В «индустриальной культуре» содержится много человеческих аспектов. Как только у вас появляется механизм, производящий много изделий, вы должны быть профессионалом и в администрировании, а не только в производстве, и здесь важны соблазны, реклама и рынок. Приход в дизайн финансово-промышленных групп является катаклизмом.

Андреа Бранци: Сегодня происходит примерно то же, что случилось с модой. Финансовые группы действуют с теми же самыми мерками, с которым явились в металлургию: вы инвестируете так много, чтобы получить еще большую прибыль. Но дизайнерские компании – тонкие организмы, хрупкие структуры, основанные на импровизации; и когда вы меняете их установки или рабочий порядок, они рискуют разрушиться. Фабрики мебели развиваются вокруг их владельцев, которые зачастую являются и их основателями. Если вы лишаете их полномочий, то рискуете лишиться и дела, которое только что купили.

<...> Правда в том, что дизайн никогда не был по-настоящему индустриальным. Это было поле, на котором создавался круг знаков. Монтеземоло думает, что он покупает фабрику Капеллини, но в действительности он получит фирменный знак с разработанными фирменными бланками, складами-магазинами, художественными директорами, образами, картинками... Он покупает очарование» [In the World of Objects // Domus. – 2004. - № № 869, april. Цит. по: Хрестоматия по дизайну: Учеб. пособие для вузов / Сост. Г.В. Вершинин, Е.А. Мелентьев. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 1022-1033].

Когда мы путешествуем по Италии, то видим по сторонам автострад традиционные деревни и рядом современные фабрики. Эти деревенские фабрики с технологичным оборудованием поставляют в разные страны, в том числе в Россию, «эксклюзивную мебель» из Италии «от лучших дизайнеров». Италия в послевоенное время стала мировым центром хорошего вкуса, образцового стиля. Массовую мебель, обувь, одежду, аксессуары часто производят по вторичным лекалам и реже по самобытным проектам больших мастеров. Особенность итальянской промышленности – преобладание мелких и средних производств, что помогало реализовать проектные прихоти. Было бы задумано – исполнитель найдется. Хотя сегодня часто мобильнее оказывается Китай. В структуре итальянской промышленности преобладают мелкие, часто семейные предприятия. Даже сегодня, когда миром правят супермонополии, в Италии насчитывается 4,5 млн небольших предприятий. 2/3 работников страны заняты в производствах, где не больше 100 человек. Такая структура в своё время помогла дизайнерам, хотя сегодня, в

эпоху глобализации тормозит экономику, в ней лучше себя чувствуют крупные акулы. Глобальные супермонополии, захватывающие мир, навязали всем тотальную монетизацию (при этом даже домашние дела и семейные обязанности выполняются за деньги), глобальную конкуренцию и погоню за т.н. «эффективностью». Современным небедным миром управляют эффективность, неограниченная прибыль и сверхприбыль, неостановимый рост производства, даже вопреки природным ресурсам, человеку и общественным потребностям. Ясно, что рынок в большей мере определяет дизайн, чем личные убеждения или открытия [Подробнее об антиглобализме: Искандер Хисамов. Рыночная ересь капитализма. Интервью с Дэвидом Кортеном. URL: http://expert.ru/expert/2002/26/26ex-korten_37046/; Искандер Хисамов, Ремень безопасности для капитализма. Интервью Ральфа Нейдера журналу «Эксперт». URL: <http://www.polemics.ru/articles/?articleID=194&hideText=0&itemPage=1>].

В 1950-е гг. небольшое число крупных предприятий, таких как «**Фиат**» (Fiat), «**Оливетти**» (Olivetti), «**ЭНИ**» (ENI), «**Пирелли**» (Pirelli), «**Мерлони**» (Merloni Progetti SpA – Merloni Elettrodomestici, выпускает треть холодильников, стиральных машин и т.п. бытовой техники мира под марками **Ariston**, **Indesit** и **Stinol**) продвигали итальянский дизайн, будучи глобальными игроками. С 1960-х гг. корпуса многих автомобилей мира проектируются в Турине и Милане на кузовных предприятиях, так же как и одежда, обувь и бытовые товары. На продукции многих стран появлялись надписи «**Styled in Italy**». Дизайнерские товарные марки **Ferrari**, **Fiat**, **Lamborghini**, **Lancia**, **Bertone**, **Pininfarina**, **Alfa Romeo**, а также **Alessi**, **Armani**, **Artemide**, **Cassina**, **Flos**, **Luceplan**, **Valentino** и многие другие стали образцами художественного вкуса и самобытности. Этот короткий список может многократно увеличиться, каждый вспомнит от нескольких до нескольких десятков мировых марок с итальянской пропиской. Сегодня в Италии тяжелый кризис, но 12% экспорта – высокотехнологичная продукция, примерно 54% – продукция машиностроения и легкой промышленности, большая часть которой основана на дизайне.

Страны, в которых преобладают крупные монополии, вроде США, СССР и России, не могут конкурировать с Италией в смысле дизайна: крупные производства не гибки. До появления переналаживаемых технологических линий производства ориентировались на огромные «мировые» тиражи. Так, в Советском Союзе производилось 6 млн. видов продукции, большая часть которой зависела от задач выпуска «стратегической» продукции в гигантских потоках. Логистика современных высокотехнологичных производств также строится на больших масштабах и сложных алгоритмах. В лучший – «дизайнерский» период итальянская промышленность ориентировалась на производство «вещей для жизни» и подпитывалась амбициями и талантом мастеров, стремившихся создать яркий образ страны.

Известную, но не вполне очевидную роль в итальянском дизайне играла и классическая культура: страна располагает огромным массивом образцов классической художественной культуры – от античности до XVIII в. Если верно, что среда формирует вкус и художественное чувство, то стиль и формы искусства Древнего Рима, Возрождения, барокко, ощущения цвета и все богатства итальянской культуры повлияли на воображение мастеров дизайна, на своеобразный чувственный характер этой культуры, так же, как свет, природа, привычки страны.

Итальянский дизайн начинался с журнала «**Домус**» (1928), созданного Джо Понти, с первых экспериментов, деятельности уникальной фабрики пишущих машинок «**Оливетти**». Но его экспансия началась позже, когда сложилась огромная, крупнейшая в мире плеяда архитекторов-дизайнеров, а их амбиции продиктовали глобальные проекты, сделавшие итальянский дизайн передовым отрядом мирового дизайна. Появились Имена, стали общезначимыми «модельные» направления дизайна: «скульптурный» и функциональный, «нон-дизайн», радикальный дизайн, позже – «стиль Мемфис» (постмодерн), «новый дизайн» и др. Произошло это, как кажется сейчас – быстро, взрывно. К 1970-м гг. профессиональные журналы заполнились новыми и новейшими идеями из

Италии, потревожившими тину мировой культуры. При этом итальянский дизайн был очень разным. Сегодня он высокотехнологичен, опирается на новейшие материалы и остроумные конструкции. Пример – коллекции двух ведущих мебельных компаний «БиЭндБи Италия» (B&V Italia) и «Кассина» (Cassina) – флагманов мебельной промышленности.

Поначалу была одна фабрика «ЧиЭндБи» (C&V – по фамилиям Кассина и Буснелли). Друзья разошлись, создали фирмы-антагонисты: «БиЭндБи» и «Кассина», оставаясь, как говорят, в жизни близкими людьми. По свидетельствам, они часто отпуск проводят семьями на яхте, но ступив на берег, превращаются в непримиримых конкурентов. «Кассина» выпускает уникальные дизайнерские коллекции прошлого («мастерские» коллекции мебели «Макинтош», «Райт», «Корбюзье»), а также работы современных дизайнеров, например, **Гаэтано Пеше** (Gaetano Pese, 8 ноября 1939, Специя). Его серии полиуретановых кресел «UP» и «Донна», разработанные в 1968 – 1969 гг., стали символами радикального дизайна времен контестации 1960-х гг. (контестацией называют в Италии антикапиталистический протест).



Эскизы и макет «Фельтри» на выставке Г. Пеше (2014) и в каталоге «Кассины»

Для «Кассины» Пеше разработал одну из самобытнейших коллекций кресел «Фельтри» (Feltri). В них использован механизм гибкой трансформации спинки, напоминающей пышный воротник времен барокко. «Воротник» трансформируется с помощью специального механизма каркаса, похожего на велосипедную цепь. Гаэтано Пеше предложил обивку насыщенных цветов, стеганую, привязанную к каркасу шнуровкой. Кресла «Фельтри» стали классикой мирового дизайна, одним из самых известных и образцовых продуктов. В какой-то момент Пеше переехал в Нью-Йорк, окунулся в богатую артистическую жизнь. Он одновременно эксцентричный арт-дизайнер, работающий «вне школ и систем» (слова Б. Пастернака) и одновременно работает в промышленности и строительстве. Пеше органически не признаёт выхолощенного функционализма, даже эскизы архитектуры и вещей он рисует как живопись, признаёт только художественные метафоры. Огромное число его разработок – кресла и диваны, столы, шкафы, светильники, здания – все отличаются «живописностью», свободой ассоциаций, шутливыми функциями: например, под столами «Самсон» (Sansone, Cassina) сетка прутков, единственная роль которых в том, чтобы под ними могли висеть и баловаться дети.

Диван «Шут» (Il Giullare) – любимая игрушка детей и взрослых: имея «несерьёзную» форму, напоминающую колпаки шута, он меняется, превращаясь в лежанку, диван, кресло полностью или по частям. Программа Гаэтано Пеше проста: *«Если при взгляде на стул люди улыбаются — это прогресс, потому что стул перестаёт быть просто удобным для*

сидения предметом мебели. Дизайн теперь не только вопрос комфорта, он превратился в развлечение, в способ думать и выражать себя. Современного человека со всех сторон одолевают проблемы, и если мы сможем привнести в нашу жизнь большие радости, большие ярких цветов, больше чувственности, определённо, мы станем счастливее».

В отличие от Кассины и Гаэтано Пеше фабрика «БиЭндБи» сделала ставку на строгий аскетичный функциональный дизайн для «истинных» интеллектуалов. Она начала сотрудничать со студией **«Кайрос»**. Благодаря уникальной конструкции гильотинного механизма в системе **«Домус»** (Domus), скрытого в боковых стойках, створки книжных полок скользят бесшумно, уплывая вверх или вниз при лёгком прикосновении.

«Кайрос» (др.-греч. Καῖρός) — древнегреческий бог счастливого мгновения, правильного выбора. У греков было два слова: Хронос — время прошедшее, все пожирающее; имеет количественный характер. Кайрос — миг удачи, который наступает неожиданно, им трудно воспользоваться, имеет качественный характер. Кайрос — благоприятный момент, когда нужно действовать во имя успеха. Этот бог изображён с прядью волос на голове — только за этот локон и можно ухватить крылатого Кайроса. В руках он держит весы, символ справедливости судьбы, посылающей удачу тем, кто её заслужил (Википедия). Студия – это 2 человека, **Giuseppe Manente** (1947), получивший дизайнерское и архитектурное образование в университете Венеции, и **Abramo Mion** (1951), выпускник инженерного факультета университета Падуи и университета Венеции.

В шкафах **«Риплей»** (Replay) создан уникальный механизм открывания дверок, являющихся одновременно и распашными и сдвижными: они крепятся на скользящих алюминиевых стойках, легко откидываются или бесшумно сдвигаются в стороны вместе со стойками, к которым крепятся. Можно открыть одну-две дверки или полностью открыть шкаф.



В системе шкафов и гардеробных комнат **«Атланте»** (Atlante) «кайросы» применили кривошатунный механизм. Он позволяет любой из двух широких створок системы откидываться-отплывать при нетрудном рывке и нарушении равновесия. Так же легко каждая створка (из стекла или дерева) при несложном «рывке» закрывается (отплывает) на исходную позицию. Почему «система»? Выпускается версия отдельно стоящего шкафа, есть моделируемая гардеробная комната.

«Кайрос» предложила в качестве материалов для шкафов алюминиевый сплав (конструкция и рифленые поверхности «топов» в «Риплее»), матовое стекло, дерево – берёзу или венге (тёмная пальма) или, напротив, сатинат – искусственную окрашенную в несколько слоёв поверхность, напоминающую сатин светлых тонов (белый, светло-серый, светло-серо-тёплый). Все продукты этих серий моделируются по индивидуальным заказам: габариты, внутренняя компоновка, выбор отделки. В продуктах В&В немало ноу-хау,

например, книжные полки длиной в 4 метра выдерживают нагрузку книг за счёт использования металлического каркаса, напоминающего авиационное крыло с внутренней стальной квадратной трубой. Гильотинный механизм, скрытый в стойках-боковинах шкафов «Домус», обеспечивает бесшумность, плавность скольжения стеклянных створок даже при лёгком касании, гелевые демпферы издают мягкие глухие звуки, а щётки на скользящих створках спасают от пыли. Полки могут по желанию заказчика подсвечиваться. Поверхность стоек системы «Домус» напоминает белую пробку. Всё изысканно по ощущениям, касаниям, функциям, форме. Добавим, что гарантия на эту мебель – 16 лет, в течение которых фабрика обязуется за свой счёт исправлять возможные дефекты.

Не менее остроумны и красивы иные разработки фирмы разных лет, например, кровати «Алетто» (Aletto) венецианского архитектора, дизайнера и ученого **Паоло Пивы** (Paolo Piva, 1950, Адрия), ученика великого архитектора и дизайнера **Карло Скарпы**.

[**Паоло Пива** (Paolo Piva) родился в 1950 г., учился в университете Венеции у великого архитектора и дизайнера **Карло Скарпы**. Некоторое время занимался исследованиями, в том числе особенностей визуального восприятия. Работал для фирм разных стран. Лауреат и неоднократный номинант итальянской премии высших дизайнерских достижений – «**Золотой циркуль**» (Compasso d'Oro), в том числе за разработки для «V&V Italia». С 1988 г. живёт в Вене, профессор Венского университета прикладных искусств, руководит отделением индустриального дизайна, Universität für angewandte Kunst Wien, Industrial Design]



Кровать сделана как скульптурный (вернее дизайнерский) объект, который, скорее всего, должен находиться не у стены, потому что кровать красива и закончена в разных ракурсах. Каркас – литой алюминиевый сплав. Цоколь обтянут кожей, спинка – хлопковая сетка, растянутая на каркасе с упором-валиком под изголовьем, чтобы не продавливалась. С двух сторон – круглые прикроватные столики на кронштейнах, частично подвижные. В формах соединяются сложные лекальные и простые геометрические линии. Кровать эргономична: ортопедический матрас с двумя сторонами – летней и зимней, теперь это уже стало нормой. Небольшие подушки с холофайберной начинкой. Очень красивое постельное белье а-ля «великий Гетсби» из льна или хлопка или их смеси является частью ансамбля, выпускается в узкой гамме оттенков: белый, топленое молоко и сероватый. Кровать просторна, является одной из наиболее комфортных и эргономичных моделей подобного рода, будучи просто и изысканно красивой. Невозможно объяснить, почему «V&V» не популяризирует разработки прежних лет, вероятно, чтобы избежать упреков, что живёт прошлыми заслугами?

В 1968 – 1975 гг. передовая часть итальянских дизайнеров, в том числе те, которые входили в состав групп «радикального дизайна» «**Архизум**» (Архизум, Archizoom) и «**Суперстудия**» (Superstudio), затеяли серию концептуальных проектов. Среди них были «**Непрерывный монумент**» (1971, Monumento Continuo); «**12 проектов идеальных**

городов» (1971, Dodici Città Ideali); «**Пять историй Суперстудии: жизнь, образование, церемония, любовь, смерть**» (1973, Cinque storie del Superstudio: vita, educazione, cerimonia, amore, morte), все – проекты Суперстудии; «**Центр эклектичных замыслов**» (1968, Centre for eclectic conspiracy); фильм-исследование «**Из чего сшита гоголевская шинель**» (1972, Come è fatto il cappotto di Gogol); «**Непрерывный город**» (1970, No-Stop City); «**Италия: новые домашние ландшафты**» (1970 – 1972, The New Domestic Landscape, авторы Э. Соттсасс, А. Бранци и группа Archizoom Associati). В них давался критичный взгляд на цивилизацию, доведённую до абсурда, чтобы не сказать идиотизма: на присущие современности рационализм и механизированность, страсть к механистичным экспериментам и техногенным переустройствам природы. В «бумажных» проектах, многократно цитировавшихся журналами и газетами, ожил известный в прошлом лозунг У. Морриса: «*главным стимулом моей жизни была ненависть к современной цивилизации*». Отсюда имя данного сегмента итальянского дизайна: «**радикальный дизайн**», «**антидизайн**».

[«**Archizoom Associati**», основана во Флоренции в 1966. Название составлено из имени авангардной британской группы «Archigram» и слова «зум», которым назван был журнал группы «Зум». Студию создали архитекторы: Андреа Бранци, Массимо Морозци, Паоло Доганелло, Пилберто Коррети и дизайнеры Дарио и Лючия Бартолини]

Массовый дизайн ещё не успел захватить «цивилизованные умы», а консьюмеризм, «глянцево» существование и отсутствие свободы воли, творчества стали объектами препарирования. Вот как сформулировал свою позицию в дневнике-каталоге выставки 1966 г. Э. Соттсасс: «*Я замкнул в свинцовом мавзолее символы благосостояния. Я не предлагаю их ни разрушать, ни игнорировать. Мне бы только хотелось уметь не заразиться ими. Может быть, достаточно изменить их расположение, их синтаксический порядок; может быть, изменив их порядок, я сумею жить вместе с ними, пользоваться ими, не испытывая на себе их гнета*». И там же: «*Я всегда пытался делать вещи, которые могли бы отвлечь людей от насилия, жестокости, морализирования. По существу я всегда рассматривал дизайн как профессию проектирования больше «игрушек», чем товаров; и если я говорю «игрушки», то говорю это в самом высоком смысле слова, то есть я подразумеваю предметы, которые помогают мечтать и надеяться, помогают работать, сохранять цельность мироощущения, помогают открывать глаза больше, чем закрывать их и замыкаться в догмах самонадеянности, жадности обладания...»*

Протестные настроения весь XX в. смущали итальянских художников и интеллектуалов. Они породили футуризм, политический радикализм, привели к движению контестации 1960-х гг. На критике реальности возникли классические общественно-проектные феномены, уникальнейшим из которых стала фирма «**Оливетти**» (Olivetti).

«ОЛИВЕТТИ» И КРУГ ДИЗАЙНЕРОВ ФИРМЫ

«**Оливетти**» (Ing. C. Olivetti & Co. SpA) существовала с 1908 г. в Ивреа, близ Турина. Основана **Камилло Оливетти**. Семья была общественной по настроениям, глава Камилло даже был какое-то время мэром Ивреа. У отца и его сына Адриано (1901 – 1960) были различные взгляды, даже полярные. Начало биографии Адриано Оливетти пришлось на годы фашизма, противником которого он был, Второй мировой войны. Часть времени фашистского правления в Италии Адриано Оливетти провел в США, Англии, Швейцарии, а некоторое время в тюрьме. Он находился под влиянием марксизма (что в Италии норма) и русских анархистов, выдвинувших идеи социального равенства и самоорганизации общества. Сегодня эти идеи в новом исполнении именуется «гражданское общество», «сетевые сообщества» и т.п. Его жизненное кредо сводилось к задаче создать идеальное предприятие, в котором **человеческий капитал** использовался бы в интересах развития Человека, а производимая продукция воплощала высокую человеческую культуру,

технологические и научные достижения. Это близко к актуальному лозунгу «создаём новые смыслы».

[Адриано Оливетти, сделав ставку на «человеческое измерение», раньше других на практике развивал понятия «человеческий капитал», «экономика знаний», опередив всех минимум на 30 лет. Эти понятия сегодня – передовая часть управленческих технологий, подробнее: **Стюарт Томас А.** Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.]

На открытии одной из фабрик Адриано задал присутствующим вопрос: *«Имеет ли право промышленность ставить перед собой определённые цели? Сводятся ли эти цели лишь к извлечению прибыли? И разве сам ритм современной жизни не предлагает нам чего-то более притягательного? Разве в этом состоит предназначение и призвание пусть даже самой обычной фабрики?»*

Небольшая фабрика поначалу выпускала пишущие машинки – ок. 4 тыс. в год, работали на ней 400 человек. В 1924 г. Адриано начинает работать на фабрике, а в 1928 г. берёт в свои руки вожжи управления. За двадцать с небольшим лет он превратил её в самое эффективное предприятие, квинтэссенцию всего нового и лучшего. «Оливетти» развилась пятью фабриками: пятью в Италии и пятью в разных странах мира. К началу 1960-х гг. «Оливетти» производила лучшую оргтехнику и оборудование для бизнеса, занимая 30% европейского рынка компьютеров, лидируя в оргтехнике во всех смыслах: производя больше всех и лучше всех пишущих машин, банковской и офисной техники; а также конторскую мебель, оборудование для архитектурно-дизайнерского проектирования (графопостроители) и торговли.

К концу 1950-х гг. на десяти фабриках трудились 25 тыс. работников. Всё, что делала «Оливетти», диктовало моду. Так, после поездки в Италию руководитель растущего американского гиганта «**IBM**» создал отдел дизайнера и пригласил на работу **Элиота Нойеса**, ему суждено будет стать известным проектировщиком на дизайнерском Олимпе.

Адриано Оливетти был предпринимателем завтрашнего дня. Зная социально-политическую литературу, организацию производства в США и Европе, имея высокие этические устремления, он организовал собственное дело в качестве прорывного острова социализма, высоких технологий и производительной культуры. К сотрудничеству были привлечены передовые инженеры, технологи, управленцы, художники, литераторы, архитекторы. **Ле Корбюзье** строил жилые дома для сотрудников. Лучшие литераторы искали имена для продуктов фирмы, редактировали тексты инструкций. Отсюда – поэтически точные «никнеймы»: «**Летгера**», «**Элеа**», «**Диаспрон**», «**Валентино**», «**Лексикон**», «**Логос**», «**Программа**», «**Тетрактис**», «**Дивисумма**», «**Элеттросумма**», «**Аудит**» и т.п., а также «одушевление» языка деловой документации. В одном из факсов такой «личный» текст: *«Я – высококачественное изделие, которое удовлетворяет всем основным свойствам и требованиям, изложенным в указаниях, приведённых на титульном листе. Чтобы поддерживать великолепное качество моей работы и превосходные выходные характеристики, мне необходимо – как и любому другому изделию – немного Вашего соучастия. И тогда я оплачу Вам долговременной безупречной службой. Ведь всё, что для этого от Вас требуется сделать, это следовать немногочисленным общим наставлениям, которые приводятся ниже».* Дальнейшее общение также ведётся от первого лица: «*Как правильно меня установить*», «*Самые важные места на моём корпусе*» и т.п.

Депутат итальянского парламента Джорджо Панаттони так оценивал деятельность А. Оливетти: *«Если мы заведём речь об инновациях, о знании предприятия, об умении притягивать и стимулировать таланты, заменять иерархические структуры управления на структуры более гибкого типа, основанные на ответственности, на использовании творческого потенциала служащих, то не будем забывать, что всем этим мы обязаны целиком и полностью Адриано Оливетти»* [<http://ko.ru/arhiv/item/111687-zakativshayasya-zvezda>].

Адриано делал ставку на «людей-солнц». В 1956 г. «открыл» великого **Этторе Соттсасса**. Кем был тогда Соттсасс? Архитектором, скупавшим в техногенных рамках архитектуры. От

неё он уходил в декоративное искусство: делал коврики, керамику и показывал их на миланских биеннале. Артистическая, художественная – живая жизнь ему была ближе «строительного конвейера». Предметы позволяли вести близкий диалог с людьми, и Оливетти увидел человеческий потенциал Соттсасса.

«Бунтарь» Адриано Оливетти (так он именовался в фашистских бумажках) создал производство с лучшими условиями труда. Уровень жизни сотрудников был на 80% выше, чем на других предприятиях. Развёртывание детских садов и санаториев, чрезвычайное внимание к «культурному» дизайну, опережающему инжинирингу, разработке продукции с новыми потребительскими возможностями и свойствами – всё было революционным. Более того, за инновациями всегда есть риск: например, появление первого настольного компьютера – риск, первый суперкомпьютер на транзисторах – первой рискнула «Оливетти», создание приборов с искусственным интеллектом – машинописных комплексов, графопостроителей, персональных компьютеров для банков – это затратно и рискованно. Фирма одной из первых создала комплекс оборудования для автоматического учёта товарооборота в магазинах, на складах.

За риском стоят воображение и эмпатия, то есть рефлекс быть в шкуре рядового потребителя, придумывать технологические решения для эффективной работы людей. Почему «Программу-101» американцы использовали при подготовке к полёту на Луну и на самой Луне? Потому что небольшой персональный компьютер был только у «Оливетти».

Методологии, организацию процессов фирмы лет через тридцать возьмут на вооружение ведущие предприятия мира, включая социальный пакет, качественные условия труда и отдыха, медицинское обеспечение работников, эффективный дизайн и инжиниринг и исследования. Результатом организационных мер, социальной политики и «культурного» проектирования стал и «модельный» образ «Оливетти» и её уникальный дизайн. С к. 1940-х гг. «Оливетти» диктовала моду.

В 1949 г. **Джованни Пинтори** разработал один из лучших знаков – концентрический квадрат, закручивающийся по часовой стрелке – древний брахманский символ, означавший духовное единство всех и вся. Знак существовал, пока соответствовал философии Оливетти, то есть до конца 1970-х гг. Логотип, появившийся в 1952 г., писался квадратным жирным гротеском со слегка скруглёнными углами. Позже Вальтер Балмер сделал лого более массивным, пластичным и цельным. Большая часть попыток осовременить фирменный блок была хороша, но не прижилась – видимо, сказалась генетика предприятия. Знак и лого «Оливетти» после Пинтори мало менялись, хотя графика рекламы менялась постоянно: новое и остросовременное быстро устаревает.



Итальянская журналистка **Арианна Даньино** так писала об уникальном социальном «острове»: *«У проходных Olivetti висели таблички «Человек – больше чем просто рабочий». У наблюдателя не оставалось сомнений в том, что перед ним фабрики, для которых человек важнее прибыли. Оливетти стремился взрастить производственную культуру и добиться материального благополучия, но так, чтобы плоды трудов справедливо распределились между всеми работниками предприятия. Справедливость достигалась*

посредством различных социальных служб. Таким образом, в послевоенной Италии проводился очень интересный социальный эксперимент, смысл которого состоял в том, чтобы укоренить идеи справедливости хотя бы в масштабах одной компании.

Эксперимент этот стал возможен, поскольку экономические результаты Olivetti были превосходными. Впрочем, можно выразиться и иначе: экономические результаты Olivetti оказались превосходными, и это говорит о том, что эксперимент удался».



Реклама первых в мире персональных компьютеров Olivetti Programma 101 (1965), большая их часть была поставлена в США, где использовалась Минобороны, а также НАСА при планировании и проведении лунной экспедиции

Опыт А. Оливетти казался утопическим, но утопия стала реалистичней прагматики. Вот что пишет А. Даньино: «Адриано Оливетти внёс выдающийся вклад в развитие архитектуры, дизайна, психологии труда, общественных институтов. В послевоенные годы основанное им издательство выпускало книги по философии, психологии, социологии, архитектуре – в основном те, которые при фашистском режиме были запрещены. Компания Olivetti регулярно приглашала на свои фабрики работать, творить, а порой даже и управлять производством художников, артистов, поэтов. Адриано Оливетти полагал, что таким образом он развивает «человеческий потенциал» своей компании. Стабильное положение компании позволило Оливетти в 1956 году сократить продолжительность рабочей недели с 48 до 45 часов, с сохранением прежнего уровня заработной платы. В этот же период были построены квартиры для рабочих и служащих, новые помещения для социальных служб, библиотека, столовая».

К разработке продукции привлекались на постоянной основе или в качестве дизайнеров-консультантов яркие личности, позже вошедшие в пантеон великих и историю культуры: **Марчелло Ниццоли**, **Марио Беллини**, **Этторе Соттсасс**, немец **Вальтер Балмер**. На Оливетти работали архитекторы **Гаэ Ауленти**, **Карло Скарпа** в Венеции, американец **Люис Кан**, англичанин **Джеймс Стирлинг**, **Эгон Эйерман** во Франкфурте-на-Майне и другие. **Иджинио Каппа** и **Пьетро Майнардис** выстроили в 1967 – 1975 гг. фабрику в Ивреа, больше похожую на IT-офис. Здание присутствует и в истории архитектуры, как и другие здания «Оливетти». В первой команде дизайнеров, кроме Джованни Пинтори, был выпускник Баухауза **Александр Щавински**, скульптор **Константино Нивола** (с 1936 по 1939 г.), поэт, называемый «Леонардо XX века» **Леонардо Синисгалли** (1908 – 1981, работал с 1938 по 1940 г.)

Будучи поэтом, которого Энрико Ферми зазывал в физику, эссеистом и искусствоведем, Синисгалли на «Оливетти» занимался графикой, плакатами, витринами и рекламой. Оставив фабрику с приходом фашизма (позже вернулся на родину), занимался множеством проектных дел в концермах «**Pirelli**» и «**ENI**».

Делая ставку на личность и эксперимент, Адриано Оливетти закладывал успехи своего дела: только в обстановке свободного творчества и обмена идеями возникает новое. Позже Э. Соттсас подтвердил вектор разработок «Оливетти»: *«Я прежде работал с Оливетти (Olivetti), производителем, которого можно отнести к одному из уровней самого высокого качества в диаграмме Энцо Мари. В «Оливетти» обсуждений продаж было много меньше, чем разговоров о культуре производства»* [Хрестоматия по дизайну, с. 1028.]

В 1939 г. руководителем промышленного проектирования стал **Марчелло Ниццолли** (1887, Боретто – 1969, Камольи). В конце 1940-х он стал автором новой стилистики – «скульптурного стиля», то есть мягких, плавных линий и силуэтов. От рубленых форм пишущих машинок «Графика» Ниццолли перешёл к формам «**Лексикона-80**» (1948) и портативных «**Леттера-22**» (1950), которые полюбили мобильные люди – студенты, журналисты.



«**Линия Ниццолли**» – термин, который «заразил» мировой дизайн, начиная с 1960-х гг. В эти годы «Оливетти» стала транснациональной корпорацией, предприятия и шоу-румы которой появились в Лондоне, Франкфурте-на-Майне, Глазго, Барселоне, Буэнос-Айресе, Бразилии.



В 1965 г. Этторе Соттсасс создал бестселлер «**Леттера де Люкс**», ставшую прототипом портативных пишущих машинок мира, самая красивая из них: цветная, с лёгкой фактурной поверхностью, эффектным глянцевым рычагом перевода каретки. Контуры крышки и самой машинки смягчены белым пластиком, подчёркивающим её простоту и сложность. Машинка компактная, в футляре. В ней сочетаются «смягченная

геометрия» и «обломы» формы. Она имеет ясную композиционную структуру, съёмную функциональную крышку, открывающую доступ к регулировкам, например, меняющим нажим клавиш. Версии, копии и повторы «Леттеры» выпускались в ФРГ (под названием «Олимпия»), Югославии (ТВМ de Lux) и др.

Сочетание простоты и строгости, элегантность и приятные умеренно-яркие расцветки, регулируемые настройки: нажима на клавиши, цвета ленты, эргономика и конструкция создали совершенный продукт своего времени, воспринимаемый как добрый, весёлый, интеллигентный.

Его же механическая пишущая машинка «**Валентино**» (Valentino, 1969, Э. Соттсасс) – машинка-шутка, игрушка для студентов. Она выставляется в музеях как образец яркого, весёлого, молодежного, дизайнерского поп-арта. Она всегда красного цвета, а некоторые детали – ярко оранжевые. «Валентино» дремлет в вертикальном футляре, могущем временно служить и табуретом.



Справа – пишущая машинка «Валентино» (1967). Слева - Концепт ноутбука Valentine австрийского CreativeDNAustria. Martin Zopf, Pia Weitgasser, Anton Weichselbraun, Julia Kaisinger (2008)

Компьютеры «**Элеа**», выпускавшиеся с конца 1950-х г., были наиболее высокотехнологичными продуктами своего времени. Над ними работали многие дизайнеры. Пульт управления «**Элеа 9002**» и объёмную архитектуру разрабатывал Э. Соттсасс. Над интерфейсом «**Элеа 9003**» трудились «беглецы» из Ульма **Томас Мальдонадо** и **Ги Бонсип**. Понятно, что пульт управления – ключевая проблема компьютера, в нём – все разнообразные отношения человека и машины, а это сотни функций. Ошибка может оказаться дорогостоящей. «Оливетти» упорядочила, систематизировала огромное число управляющих клавиш, блоков, элементов, варьируя форму, объём, цвет, фон панелей управления.

Этторе Соттсасс разработал семейство машин «**Элеа**» («**Элеа-9001/2**, 1958) – большие ламповые машины с множеством серьёзных возможностей, но почти сразу «Оливетти» перешла на «**Элеа 9003**», первый в мире полностью транзисторный компьютер, что потребовало большой смелости. Другие монстры не спешили выпускать машины с новой технологией. Персональные компьютеры широко явятся только в конце 1980-х гг., в повседневном обиходе с начала 1990-х. Компьютеры позволили прогнозировать и моделировать процессы и сложные объекты, планировать производство. В США и СССР с появлением суперкомпьютеров началось строительство специализированных зданий для них. Европейские предприятия располагались в старых зданиях: приспособить их под новую технику было сложно, но не для «Оливетти». Соттсасс предложил новое компоновочное решение: модули-шкафы с мозгами-транзисторами (сегодня – микрочипами) могли находиться в разных помещениях, соединяясь с помощью металлических шин, рукавов и кабелей, что позволяло размещать их в старых европейских конторах.



За «**Элеа 9003**» Э. Соттсасс, до того занимавшийся преимущественно керамикой и архитектурой, получил «**Компасо д'Оро**» (Золотой циркуль), главную дизайнерскую премию Италии. Впрочем, «Оливетти» за свою жизнь собрала огромное число «Золотых циркулей», как никто. Уход А. Оливетти в 1960-м г. в результате инсульта означал постепенное сужение возможностей предприятия, в 1964 г. было продано компьютерное подразделение, требовавшее больших инвестиций в науку. Сегодня «Оливетти» сложными трансформациями ушла в телекоммуникации и стала «**Телеком Италия**», сохранив бренд в подразделении «**Olivetti Tecnost**» (<http://www.telecomitalia.it/>).

Продукция фирмы не имела единого стиля. Она всего лишь была проникнута заботой о человеке, да оптимумом между требованиями эффективности и необходимостями разного рода. Человечность и тонкий юмор, остроумные решения – существенная начинка продуктов «Оливетти». В «**Дивисумме-18**» (Divisumma-18, 1973) **Марио Беллини** (Mario Bellini) использовал накладные резиновые чехлы, полностью закрывающие рабочую поверхность.

[Марио Беллини родился в 1935 году в Милане, окончил Миланский политехнический университет (1959). В 1961 г. стал дизайн-директором миланского универмага La Rinascente. С 1963 г. сотрудник «Оливетти». В 1970-е много сотрудничает с Vitra, разрабатывая офисные стулья и мебель. Беллини – один из четырёх столпов итальянского дизайна, автор десятков знаменитых работ, выполненных для ведущих фирм. На сайте в хорошем разрешении можно увидеть как дизайн, так и архитектуру Марио Беллини: <http://www.bellini.it/>]



В те годы большинство калькуляторов были белыми и серыми, быстро грязнились. Фигуристые рабочие кожухи со временем превращались (как сегодня клавиатуры) в неопрятные поверхности. Юго-восточные производства перешли на чёрную пластмассу, дабы скрыть грязь. А «Оливетти» создала яркий изысканный объект с моющимся чехлом.

Он повторяет «рельеф» калькулятора. Его можно мыть, благодаря чему счётная машинка всегда выглядит «гигиенично». Беллини с наслаждением эстета прорабатывает пластику деталей и силуэт формы, функции калькулятора. К нему приставляется блок с бумажной лентой, на ней фиксируются вычисления и можно проверять результаты, находить неточности в вычислениях. Еще один модуль – аккумуляторный.

Беллини начал работать на «Оливетти» с 1963 г., когда уже не было Адриано. Тем не менее, атмосфера оставалась какое-то время творческой. Прежний дух эксперимента позволил ему раскрыться и проявить себя. Модульная компоновка приборов в 1960-е гг. приходит на смену моноблочной. Модульный принцип использовался и в серьёзном приборе – «**Логос 68**» (1973), конторском вычислителе со сложной архитектурой и детально проработанной вещественно-материальной формой, в которой помимо слегка «шагреновой» поверхности применены и прозрачный желтоватый акрил, и цветные детали, и особая компоновка клавиш арифметических и алгебраических функций. Как и другие продукты Беллини, этот рассчитан, чтобы быть объектом любования. Проработаны все стороны корпуса, оборотная и боковые поверхности корпуса. Семантически обозначены клавиши, вычислительные выделены красным цветом, простые расположены на синем фоне. Цветовая гамма спокойная. Создается ощущение, что форма подчинена рабочему окружению, поверхности стола и поэтому минимизирована и избежала экспрессии.

Банковская машина «**A 4**» (1975, Беллини) – потрясающе красивый аппарат своей архитектурой, пластикой, цветом. Корпус прозрачно-серого цвета с синими и алыми вставками, пластичными клавишами, алыми ручками вращения. Это машина, позволяющая делать различные документы и имеющая множество дополнительных функций. В приборе сочетаются геометрические и мягкие формы, сложная упорядоченность, «барочные» ритмические ряды.

Печатные машинки «Оливетти» дают типографское качество печати, у некоторых меняются литеры и гарнитуры, есть корректирующие ленты для исправления текста. Конечно, всё это может делать теперь компьютер. Но их клавиатуры заимствовали оливеттиевский наклон в 11° , чтобы было удобно работать женщине с маникюром. Звуки, тактильные ощущения, нажимы на клавиши и их регулировки, характерные формы, сочетания умеренно экспрессивных и спокойных «правильных» линий, цветовые акценты, тщательная проработка нюансов обеспечили механическим и электрическим машинкам «Оливетти» господство в своём мире.

Проект «Оливетти» – авторский проект Адриано Оливетти, его хватило ещё на несколько лет после ухода автора. Сегодня опыт предприятия существует в рамках различных производств и коммерческих объединений. «Оливетти» открывала управленческие методы и интересных мастеров, инновационные решения, типы продукции, формы – как никто. Энергичная Оливетти разработала первый персональный компьютер «**Olivetti Programma 101**» (инженер **Пьерджорджо Перотто**, 1965, Марио Беллини), задолго до первых компьютеров «Эппл». В испанском рекламном плакате «Программы-101» к надкусанному яблоку приложен витой электрический провод, на неровной поверхности яблока напечатаны цифры. Создается шутовская метафора прибора, обладающего чудесными возможностями: они естественны, как сама природа. Элегантный плакат Солера появился задолго до надкусанного яблока «**Think different**», ставшего позже яблоком «Apple», в котором «обкус» ничем не оправдан – «отпечаток» врезавшегося когда-то в память рекламного образа.

Опережающая техника, завораживавшая профессионалов и обывателей, имела крепкий культурный, технологический и социальный фундамент. «Оливетти» развернула культурную программу, позиционировавшую её патроном культуры, что соответствовало действительности. Самобытный и высококультурный облик продукции интегрировал в себе талант многих мастеров. «Оливетти» выпускала журнал об искусстве «Зодиак»,

спонсировала съёмку фильмов, художественные акции (например, в 1984 – 1987 гг. Оливетти сделала выставку **«Сокровища Сан-Марко»** (Марио Беллини) и другие.

«Оливетти» – новая производственная модель: олигархичного социализма в рамках капиталистической системы, в которой *«отъём собственности друг у друга осуществляется на законных основаниях»* (А. Эйнштейн). Напомню, что одна из основных идей К. Маркса сводилась к тому, что если в прогрессе и есть смысл, то им может быть только *«всемерная реализация духовных богатств личности»*. Модель Оливетти, строилась именно на этом – на стремлении к *«всемерной реализации духовных богатств личности»*. Личности тех, кто работает, проектирует, управляет – составляет «производственное семейство» Оливетти, но и тех, кому адресованы идеи и решения предприятия, являвшегося прототипом современного «сетового организма». «Оливетти», возможно, главный синоним «итальянского». Сегодня «итальянский» означает прежде всего яркие жизнелюбивые идеи, удивительные формы. Итальянская обувь, мода, одежда, мебель, бытовая техника – марки хорошего дизайна, который дорогого стоит.

Промышленники использовали послевоенный дизайн в качестве главного инструмента продвижения понятия «итальянское» и *«следовали за нами с огромной этической страстью»* (Соттсасс). Именно эта *«огромная этическая страсть»* определила суть итальянского дизайна. Его нужно видеть вживую, пользоваться им, и никакие картинки в журналах не передают в полной мере его красоту и человечность.

ДЖО ПОНТИ И ЖУРНАЛ ДОМУС

Чрезвычайно интересной и влиятельной фигурой итальянского и мирового дизайна был Джо Понти: идеолог и практик, масштабный архитектор и дизайнер, общественный деятель.

[Джо Понти (1891 – 1979). Закончил Миланский политехнический институт, там же преподавал в течение двадцати пяти лет. Был креативным директором фабрики Richard-Ginori, ставшей лидером европейской керамики (1925, Гран-при Всемирной выставки декоративных искусств в Париже). В 1928 г. вместе с журналистом Уго Оджетти (Ugo Ojetti) создает журнал «Домус». Помимо дизайнерской, издательской, историко-критической деятельности проектирует архитектуру – виллы, небоскреб «Пирелли», мебель, промышленные изделия. После 1965 г. Понти вернулся в «Домус»]

Он начинал в 1930-е гг. «роскошными» интерьерами в духе ар-деко. В них использовались дорогое дерево, пурпурная кожа и прочие «статусные» материалы и классические композиционные приёмы. Важнейшая роль Понти заключалась не в том, что он освободился от ложных форм и показал путь для нового дизайна, а в интеллектуальной, идеологической и общественной деятельности. Он – самобытный практик, ломавший стереотипы вещей и процессов. Понти предлагал решения, приближавшие вещи к своей сути. Велика его роль как создателя **«Домуса»** (Domus), особенно во второй период – авторитетный журнал был не просто «номер один», он активно формировал предметную и урбанистическую среду мира, тенденции и процессы. Состав материалов – детальные публикации новых разработок, полемические материалы, рекомендации книг, списки выставок мира, даже отбор рекламных полос – были уникальной моделью, предлагавшейся проектному сообществу.

В том же 1928 г. **Гвидо Марангони** (Guido Marangoni) запустил антагониста «Домуса» – журнал **«Казабелла»** (La Casa Bella, переименованный в 1933 г. в Casabella) – радикальный рупор функционализма. В разные годы возглавлялся **Франко Альбини** (Franco Albini), **Джанкарло Паланти** (Giancarlo Palanti), **Джузеппе Пагано** (Giuseppe Pagano), а также теоретиками и практиками **Эрнесто Натаном Роджерсом**, **Алессо Мендини**. Двое последних в разные годы редактировали и «Домус». Один из главных редакторов «Казабеллы» – историк архитектуры, автор книг и преподаватель **Франческо Даль Ко** (Francesco Dal Co).

Джо Понти уходил из «Домуса» и возвращался. Он придал ему такое кинетическое движение и потенциал, что журнал сохраняет уровень, энергию и авторитет сегодня. Матрица журнала время от времени меняется вместе с главными редакторами. Среди них были, помимо Д. Понти, **Бруно Мунари**, **Марио Беллини**, **Алессо Мендини**, **Эрнесто Натан Роджерс**, другие. Каждый редактор проводит свою программу, формирует концепцию, структуру и макет. В середине 1990-х главным редактором был **Франсуа Буркхардт**, и на титуле журнала красовалось: «Architettura. Design. Arte. Comunicazione», в подзаголовке: «Rivista internazionale di Progetto» — международный журнал проектирования. В недавние годы журнал был проводником «новой утопии», «ежемесячником современной архитектуры, интерьерера, дизайнера, искусств», в последнее время сквозная тема — «город человека».

Журнал издаётся в Милане одноимённым издательством **Editoriale Domus S.p.A.**, созданным в 1929 году **Джанни Мацокки** (Gianni Mazzocchi) на итальянском и английском языках. Помимо базовой версии, публикуются шесть региональных выпусков на основных языках мира, включая американский, немецкий, китайский, русский. По данным издательства 46 % тиража уходит за границу в 89 стран, число подписчиков электронной версии приближается к 450 тыс. В 1999 г. немецкое издательство «Ташен» (Taschen) подготовило 12-томное издание «**Domus 1928–1999**», с подборкой материалов журнала и диском поисковика. Это ли не лучшие признаки большого и живого дела, затеянного Джо Понти?!

Понти завёл традицию архитектурной и дизайнерской критики, сегодня обычную в Италии. Журнал публиковал анализы разработок и сами проекты в подробностях: общие виды и фрагменты, планы, разрезы и детали. «Домус» был актуальным хроникёром и дискуссионной площадкой, формировавшей идеологию и формы дизайна. Он держал руку на пульсе технологий, культуры, но в первую очередь участвовал в создании концепций цивилизации. И при этом уходил от примитивной специализации, от узко-прикладных технологий в направлении мировоззренческой политики: публиковал рецензии на книги от кино до урбанистики. Существовал раздел хроники, анонсы выставок в лучших музеях мира, интервью и исторические экскурсии, программные материалы. Журнал менял редакторов, дизайнерскую форму, начинку и политику — одно оставалось неизменным: тщательный отбор, культура явлений, чистота макетирования, отсутствие проходных материалов и пошлости, даже в рекламе.

Александр Лаврентьев в лаконичной «**Истории дизайна**» рассказал об одном из юбилеев журнала, часто становящихся набором акций. Он отразил основные эпохи журнала и тенденции эволюции общества, вернее, проблемы, становившиеся центрами внимания журнала и профессиональной полемики и проектирования: «*Юбилей журнала «Домус», отмечаемый в 1998 г. в помещении «Пикколо Театро ди Милано», превратился в настоящий спектакль. Шесть действий, озвученных статьями из журнала на фоне декораций из мебели, экранов, конструкций, соответствовали шести десятилетиям (военный период был пропущен):*

1928-1938, основная тема периода – «Домашний интерьер», девиз – «Буржуазный вкус»;

1949-1958, десятилетие, получившее название «Периоды новаторов. Три пространства: Моллино, Эймс, Понти» – по именам трёх наиболее известных дизайнеров тех лет;

1959-1968, тема «Производственный миф – монтаж и демонтаж» – связана с вниманием дизайнеров к технологии, к функциональной стороне, формированию элементов интернационального стиля в графике и одновременно с появлением радикальных тенденций;

1969-1978, название периода – «Visions and re-visions – Вещи и деревья» – дали проекты, передающие идею органичности пространства;

1979-1985, «Церемония банальности – Вещи для сентиментальных» – эпоха стиля «Мемфис» и группы «Алхимия» с их яркой дизайнерской образностью;

1986-1998, новый поворот в дизайне, внимание к семантике вещи, информатизация дизайна. Отсюда и название «Поперечная линия – Коммуникативные образы».

Юбилей проходил без Джо Понти, но в духе его редакторской политики. Её Понти сформулировал в 1965 г., по возвращении в «Домус» в поэтической стилистике манифеста. По сути это была «мягкая», допускающая разные трактовки, программа итальянского дизайна. Программа (манифест) написана в лучших традициях манифестов итальянского футуризма:

«1. Таков мир чудесных и гигантских форм, в котором мы живем.

2. Наша эпоха является величайшей в истории человечества; это эпоха, когда всё меняется и делается заново.

3. Мы собираемся провозглашать это на каждой странице. Показывая вещи, которые появляются вокруг нас, мы хотим раскрыть истинный характер нашей цивилизации».

4. Наши читатели являются привилегированными людьми, так как живут в эту эпоху. Окружающий нас мир академического консерватизма выявит нам однажды – хотя бы по контрасту – красоту новых форм».

5. Станет очевидным, что наша техническая цивилизация никоим образом не подавлена стандартами массового производства, поскольку машины и современная технология производят сотни различных типов любого предмета. Стандартизация – только примитивная стадия производства. На примитивном уровне всё было и является стандартным: «тукуль», «средиземноморский дом», словом, практически все исторические стили. «Стиль» – это не вершина языка форм; нет, это паралич языка формы, иногда грандиозный паралич.

6. У нашего времени нет стиля, нет исторически закреплённого языка формы. Мы оторвёмся от стиля, используя огромную свободу экспрессии; технология в своём непрерывном прогрессе, отрицая стабильность, делает возможным всё. Многие боялись, что рационализм и вера в техничность заморозят формы в «прямые углы». Наоборот, от него раскрылся такой веер форм, который кажется невероятным и беспрецедентным отказом от канона, открылась ничем не связанная антистабильность. Любуйтесь новыми зрелищами, которые неутомимый импрессарио, Человек, продолжает сооружать для нас» [Цит. по: Глазычев В. Дизайн как он есть. Изд. 2-е, доп. – М.: Европа, 2006, с. 62 – 64].

Это программа визуального издания, призванного демонстрировать главные явления дизайна, быть в центре культурной жизни и активно строить её. С сентября 2013 г. журнал возглавляет римский архитектор **Никола ди Баттиста** (Nicola Di Battista, 1953), уже работавший в редакции в 1990 – 1991 г. помощником Марио Беллини, а в 1991 – 1996 г. заместителем главного редактора. Баттиста определил программу журнала как «**Город человека**», создал «коллегию мастеров» из пяти ведущих, по его мнению, архитекторов современности, людей чрезвычайно различных, но и самобытных: **Дэвида Чипперфильда** (David Chipperfield), **Кэннета Фрэмптона** (Kenneth Frampton), **Ханса Колхофа** (Hans Kollhoff), **Вернера Экслина** (Werner Oechslin), **Эдуардо Соуто де Мура** (Eduardo Souto de Moura).

[Дэвид Чипперфильд – архитектор, родился в Лондоне (1953). Окончил Архитектурную Ассоциацию (АА), работал у Ричарда Роджерса, Нормана Фостера. В 1984 году основал свое бюро «David Chipperfield Architects», у которого есть офисы в Лондоне, Берлине, Милане и Шанхае. В бюро работает 120 сотрудников.

Кеннет Фрэмpton архитектурный критик, теоретик, родился в Лондоне (1930). Изучал архитектуру в Школе искусств Гилдфорда, в Архитектурной Ассоциации (АА) в Лондоне. Редактировал журнал «Архитектурный дизайн», преподавал архитектуру в RCA и АА в Лондоне. С 1965 г. в США, преподает в Колумбийском университете (с 1972) и др. Написал знаменитую книгу «Современная архитектура: Критический взгляд на историю развития», переведённую на десятки языков, включая русский. Автор других статей, книг о современной архитектуре.

Ханс Колхоф (Hans Kollhoff), архитектор-неоклассик, родился Лобенштайне, Тюрингия (1946). Учился у Эгона Эйермана (Университет Карлсруэ), в Университете Корнелла (Нью-Йорк). Открыл мастерскую в Берлине (1978). Противник «современной архитектуры», считает её восьмидесятилетней ошибкой.

Вернер Экслин (Werner Oechslin), гуманитарий широкого профиля, родился в 1944 г. Изучал историю, археологию, философию и математику, стажировался в МИТ и Гарварде, там же преподавал. Профессор Швейцарского федерального технического университета (с 1985), там же возглавил Институт истории и теории архитектуры (1986 – 2006). Сфера интересов – теория архитектуры, история архитектурной культуры. Открыл публичную библиотеку в Айнзидельне, насчитывающую 50 тыс томов (1996 – 2006, проект Марио Ботты).

Эдуардо Соуто де Мура (Eduardo Souto de Moura), португальский архитектор, родился в Порто (1952), где окончил школу изящных искусств, там же преподавал на архитектурном факультете. Лауреат Прицкеровской премии 2011 г.]

Лучшая часть итальянского дизайна – самобытно мыслящие люди, исповедующие различные теории, имеющие очевидный творческий ресурс. Можно спорить, способна ли разномастная команда определить направление журнала и достичь цельного результата. Вероятно, «лебедь, рак и щука» всё же живее, чем вековечные руководители-мастодонты, кончины которых с нетерпением ждут коллеги, но приходит она – увы – вместе с финишем общего дела. В «Домуса» появился Исследовательский центр (Centro Studi) по анализу современной архитектуры и общества. В журнале молодая команда и новый макет, а также возвращение к прежнему ценностному проектированию и ответственному профессиональному поведению.



Проект из «Домуса» 2011 г. для Юго-Восточной Азии. Новая утопия - La Nuova Utopia

Журнал состоит из нескольких блоков. Первый – реклама, второй – проекты для общественной и частной архитектуры, интерьеры, дизайн, искусство. И третий блок примерно в 40 страниц, на которых *«всё, в чём нуждаются архитекторы, чтобы функционировать как хорошие архитекторы»*.

Н. ди Баттиста считает, что «клиентские» отношения в урбанистике обесчеловечили среду жизни: *«Мы выбрали новый девиз: «человечный город». С ним мы обращаемся к Джузеппе Лаццати и Адриано Оливетти, которые были по времени последними убедительными проводниками этого подхода. Мы полагаем, что слова «человек» и «город» наряду со словом «Dotus» составляют основу движения. Они позволяют нам подчёркивать приоритеты, которые должны вновь стать основой для инноваций в архитектуре сегодня, основой солидного и прочного ресурса возобновления прогресса цивилизации»*. В редакционной статье подчёркнуто, что *«архитектура должна служить тому, чтобы создавать среду, в которой люди могут жить, работать и наслаждаться совершенно свободно и поэтически»*.

[Джузеппе Лаццати (Giuseppe Lazzati, 1909 – 1986) — итальянский христианский мыслитель, гуманист и общественный деятель, труды которого недавно изданы в России, например: Лаццати Дж. Христианин в миру: Избранные статьи и речи. — СПб.: Фолио-Пресс, 2001.— 144 с.: ил] Сегодня в Италии выходят четыре журнала мирового значения — «Домус» [<http://www.domusweb.it/it/salone2014.html>], «Интерни» (Interni, <http://www.internimagazine.it/>, <http://internimagazine.ru/>), «Казабелла» (Casabella, <http://casabellaweb.eu/>), «АД» (AD, <http://www.admagazine.ru/>) и менее известные журналы, вроде «Оттагоно» (Ottagono, <http://www.ottagono.com/>) и др. У многих есть региональные выпуски в разных странах, что позволяет удерживать позиции и влияние итальянского дизайна на мир. «Казабелла» – строгий профессиональный журнал, «Интерни» – чрезвычайно зрелищное коммерческое издание, «АД» схож с «Интерни», но ретроспективен. Впрочем, дизайнерскими можно назвать многие журналы, например, журналы для женщин «Amiga», «Bricolladgio» и многие другие.

Джо Понти не был только лишь редактором. Существенную роль он сыграл в послевоенное время как полноправный архитектор и дизайнер, когда стал разрабатывать костюмы для театра «Ла Скала» в Милане, бытовые приборы — мебель; скульптурный и высокотехнологичный кофейный эспрессо-аппарат «Ла Павони» (La Pavoni); мурранское стекло для друга «Паоло Венини» (Paolo Venini). Он проектировал санфаянс для «Идеал Стандарт» (**Ideal Standard**, <http://www.idealstandard.com/>), главного европейского производителя сантехники; фарфор для фабрики «Ричард Джинори» (на фабрике Richard-Ginori работал арт-директором с 1923 г.).

«Домус» настойчиво находил и публиковал инновационные проекты, постройки, разработки: цветные хайтековские здания вроде корпуса «IBM» или «Детского госпиталя в Онтарио»; многофункциональные сантехнические кабины для спасателей. К этой теме журнал возвращался не раз, над ней работали **Марко Цанузо** и другие дизайнеры. В журнале можно было встретить все технические новинки – от дорожных коммуникаторов до продукции «Оливетти»: «Дивисуммы» или «Логоса», уникального автомобиля «Смарт» или остроумнейших дверных ручек-щеколд «Пульсант», которые тиражируют многие страны. Социальный уклон «Домуса» виден и через многие годы после Понти. Например, в разработке жилья на воде для Вьетнама (2011, № 944, автор Дионисио Гонсалес, профессор Университета в Севилье), разработчик сохраняет привычный образ жизни, деликатно развивая традицию и обогащая существующую типологию новыми формами. Журнал остается важным мотиватором творчества, источником интересных идей.

По «группе крови» Джо Понти Художник. Это очень важно, поскольку часто на подмостках архитектуры и дизайна наблюдаются люди с калькулятором в голове, с рациональным технократическим мышлением, лишённые чувства красоты, сеящие вокруг правильных резонансов скуку и пустоту. Хитрость состоит в том, что «художник» – не просто эмоциональное безответственное существо. Сам Понти так говорил об этом в своих статьях, дайджест которых мы попробуем собрать по изданию «**Мастера архитектуры об архитектуре**»: *«Я провозглашаю «художник». Высокомерное слово, неприятное, если оно употребляется профессионально, так, как будто бы человек, названный художником, может достичь того, чтобы быть всегда художником. Нет, художник – это тот, кто имеет предрасположение к искусству, который имеет призвание и иногда чего-то достигает.*

(Мы всегда должны начинать с того, чтобы считать архитектурное сооружение произведением искусства, а архитектора художником. Постройки и строители – это нечто другое, очень почетное, но иное.)

Настоящие художники не мечтатели, как многие думают, они ужасные реалисты. Они не претворяют реальность в мечту, а, наоборот, претворяют мечту в реальность: в реальность написанную, изобразительную, музыкальную, архитектурную».

«Художник сначала рисует, и истинное измерение – это то, которое отвечает требованиям искусства, только искусства, и ещё заметим, которое достигается «глазом». Истинная мера никогда не содержит круглые цифры или цифры, кратные пяти, десяти, двенадцати и т.п. Истинная мера, правильная мера, мера искусства всегда составляется из долей сантиметра. Она точна «на глазок», не по линейке. Это мера, а не размеры.

Мы говорим «на глазок», подразумевая «приблизительно», но это неверно. Действительная точность и единственная точность – это точность глаза; другая точность принадлежит нехудожникам. Нехудожники рисуют прямую линию, и это оказывается кривая. С другой стороны, архитекторы Парфенона изгибали прямую линию для того, чтобы получить правильную прямую, точную линию для восприятия глазом.

Истинная мера связана с гармонией и с пропорциями. Она и есть пропорция, но пропорции комбинируются, следуя различным гармониям и различным темпераментам художников. Они могут меняться, иногда допускать модули, но не бесконечные модули.

Правила всегда умирают, рождаются другие. Только концепция правила долговечна».

«Функционально можно сидеть и на уродливом стуле. И уродливая машина может ездить. Те, что с кузовом «ПининФарина», ездят не лучше. Но это верно, это удивительно и значительно, что в кузовах «ПининФарина» красота достигнута не обзорами, статистикой, обследованием общественного вкуса (это, кстати сказать, ничего общего не имеет с хорошим вкусом).

Он достигает этого только счастливой интуицией, своим чувством подлинного – как художник. Это единственный способ рождать красоту. (Можете вы себе представить, чтобы Матисс предварительно справлялся у публики, нравятся ли ей его обнажённые, прежде чем выставлять их, или Марини – раньше, чем делать своих лошадей [Мастера архитектуры об архитектуре. Избранные отрывки из писем, статей, выступлений и трактатов / под общ. Ред. А.В. Иконникова, И.Л. Маца, Г.М. Орлова. – М.: Искусство, 1972, с. 439 – 441])

В выступлениях Понти поднимались проблемы, обсуждавшиеся весь XX в.: является ли дизайн искусством, в какой мере современная архитектура – искусство, а в какой мере – технологии и экономика; где граница между «искусством» и «неискусством». И, следовательно, каковы границы профессий, методы и сфера приложения усилий. Наконец – каковы идеалы и ценности проектирования? Все его ранние работы – это работы декоратора, но поздние – это новое мышление, к которому нужно было прийти. Художественная широта Понти и в конечном итоге и место «Домуса» в современной культуре были обязаны чувству поэзии и **приёмам поэтики**, то есть методам художественно-образного мышления, осознанные Понти. В то время, когда европейский дизайн уходил в выхолощенный функционализм, редактор «Домуса» формировал культурное проектное мышление, в котором разум и эмоции интегрировались в «искусство», а «текст» содержал метафоры, культурные отсылки, семантику цвета и форм, выразительность целого и деталей.

В 1941 – 1947 гг. Джо Понти оставил «Домус», чтобы начать выпуск журнала «Стиль», но вернулся, увидев, что под руководством Эрнесто Натана Роджерса он стал ограниченно функционалистским.

Архитектура и дизайн (две стороны одной медали), всё наше предметное окружение – считал Понти – мир поиска, эксперимента, это мир чудесных игрушек, которые делают жизнь богаче и интереснее. Он как-то высказался, что главное свойство архитектуры – изменчивость. Та модель проектирования, которую Понти насаждал с 1965 г., сделала «Домус» праздником новизны: цветной архитектуры, выразительных интерьеров, удивительных предметов, проектного остроумия.

Первая тетрадка не просто отдавалась « в аренду» непонятым рекламодателям, каким-то образом делался отбор: на страницах представляли великолепные, идеальные

новейшие разработки. Следующие тетрадки журнала подробно представляли архитектурные и дизайнерские проекты, монографические материалы. В финале «Домуса» были анонсы предстоящих выставок, не только дизайнерских, но тех, которые важны были для культурного самоощущения профессии. Были рецензии на книги широкого профиля: «Марксизм и город», «Леду», «Режиссёрское наследие Александра Довженко» и другие. Проводилась мысль, что базой для дизайна служит всё наследие культуры. Понти создавал моду не только на хорошие предметы – на дизайн, гибкую форму опыта цивилизации.



Пример – полоса «Домуса» с дверной ручкой «Пульсант» (Pulsante фирмы «Мерони»). Она в Италии до сих пор широко применяется в гостиницах, домах. Гамма ручек теплая: от жёлто-оранжевых до розово-пурпурных, есть металлизированные: серебристые, золотистые, белые. Ясен посыл дизайнера: он представлял себе «пользователя», воображал итальянскую домохозяйку, у которой семья, дети, работа, хозяйство и заботы. Она возвращается с авоськами из магазина, выходит из авто. Ей нужно освободить руки, чтобы открыть замок. Дверная ручка – ещё и своеобразный крючок для сумок. Цилиндр замка блестит полированной поверхностью (даже при невысокой освещённости заметен), паз для ключа легко себя обнаруживает, замок легко открывается при повороте на четверть. Он надёжен, просто монтируется в дверь, приятен в касании.

Не случайно в домусовской рекламе дверной ручки появился палец руки: присутствие человека лишает вещь абстрактной стерильности. Кто нагружался хозяйственным грузом, кормил прожорливых детей, домочадцев, тот понимает, что дверной замок красивой формы, дивного цвета – это не мелочь, но посыл, «моление» дизайнера о пользователе. За разработкой – «текст» об отношении к человеку, проблемы и заботы которого разработчик понимает и сочувствует. Такие разработки «Домус» талантливо и ярко пропагандировал многие годы.

Рецензию на сочинения **Александра Петровича Довженко** в «Домусе» можно отнести к числу экзотических. Зачем итальянскому дизайнеру труды советского кинорежиссера, классика старого мирового кинематографа? Как раз затем, что фильмы и теории Довженко — примеры событийной авторской поэтики. Кинематограф его образен, вырывается из среднего потока. И личность этого мастера, выходящего за пределы стандарта к сути явлений, важна для дизайнера как импульс подъёма на новый уровень.

«Домус» 1970-х гг., возможно, был лучшим среди всех. 1970-е гг. явились вообще периодом, в котором было найдено всё, что сегодня эксплуатируется в дизайне: композиционные ходы и стилевые приемы, варианты формообразования, социальная и творческая проблематика. Даже с учетом появления IT-технологий и технологической как бы революции формообразование тех лет богато, уникально, задавалось «Домусом».

Публикации мемидесятых: «**Детский госпиталь в Онтарио**» и разработки светильников фирм «**Артемид**» (Artemide) и «**Флос**» (Flos), мебель – от провокационной в

духе «сделай сам» до высокотехнологичных работ «Чи энд Би» (C&B), «Би энд Би Италия» (B&B), «Кассина» (Cassina), «Сапорити» (Saporiti Italia), «Джавина» (Gavina) и др., ярчайшие архитектурные проекты от радикальных нон-дизайнерских групп «Аркизум» и «Суперстудия» до работ Иниго Джонса.

«Детский госпиталь в Онтарио» — одна из первых моделей весёлой и «неопасной» больницы с игровым началом: цветной госпиталь с налётом психопрофилактики. В поликлиническом отделении использована оливково-пурпурная гамма, жёлтые, зелёные акценты и стеклянные перегородки кабинетов, которые могут перекрываться шторами. Ребёнок и родители видят кабинет врача, это психологически важно.

В стационарном отделении — игровые приспособления, способствующие коммуникациям, освоению и развитию навыков общения. В некоторых помещениях — объёмные игрушки, ими можно выстраивать и менять среду, её театрализовать. Проект основывается на высокой человечности, а каждая деталь интерьера — стена, пол, навигация работают как части доброй среды, мирных ощущений, эмоционального комфорта.

Над процессом проектирования «Домус» возводил интеллектуальную башню: информации, теории, критики. *«Таков мир чудесных и огромных форм, в котором мы живем»* — за этим тезисом Понти скрывалась теретико-исследовательская компонента. Мир не должен сводиться к ремеслу: воспроизводство уже известного рассматривалось как катастрофа. Не потому, что новое лучше, но потому и тогда, когда новое приближает нас к природе вещей, отшелушивает шаблоны. Человек ленив, нужны побудительные мотивы. Их формирует журнал: выставки, новые проекты, удивительные достижения, критика, открытия, конференции, идеи и решения.

Джо Понти принадлежит разработка, которая всё ещё встречается на улицах: чешский представительский автомобиль «**Татра**». Он не повторил стандартную сигарообразную форму с окошками-бойницами. Компонировка гибридная: что-то между лимузином, комби и универсалом. В то время идеология «открытости» ещё не была в чести. Получилось авто, строгое по стилистике, с геометрическим гранёным корпусом, непривычным для представительского автомобиля, с огромными стёклами кабины и широким обзором. Мы не касаемся инженерных особенностей «Татры», нас интересует «культурный статус» и «установки» дизайнера, как создана непривычная форма.

Небоскрёб фирмы «**Пирелли**» Понти-архитектор сделал в 1956 г. В 2004 г. оно было разобрано. В решении остроумно соединились архитектура и дизайн. «Пирелли» — химический концерн, выпускающий знаменитые шины и химические продукты, промышленное оборудование. Два этажа сделаны прозрачными: круглосуточно работающая выставка, которая проходящим и проезжающим демонстрирует оборудование, «Пирелли»: яркие цвета, хорошая подсветка выявляют специфику предприятия.

Симпатичное **Кресло** Джо Понти было представлено на выставке итальянского дизайна в Москве. Две объёмных детали — спинка и сиденье решены как отдельные мягкие формы, скрепленные «заколкой для волос». Ассоциация с заколкой-фибулой возникает прежде всего потому, что в месте скрепа кожа сиденья и спинка присборены, напоминая женские собранные волосы, скреплённые пряжкой-заколкой наподобие причёски.

Джо Понти был интеллектуалом и поэтом, человеком культуры и общественным человеком: проектировщиком, архитектором, критиком, редактором, дизайнером. Его бешеная энергия работала на модель профессии, которую можно назвать **истинной**, под чем подразумевается сочетание поэтики (художественной образности) и проектной прагматики. Мы не говорим при этом о «правильном» или «неправильном» стиле или формообразовании, но о сочетании методов искусства и ответственного предпринимательства. Понти — человек моррисовского типа, созидатель и движитель процессов. Даже такой факт интересен: в поздние годы у него возникли проблемы с передвижением, тогда он пересел на микроавтобус, «перепроектировав» болезнь и продолжая общаться с коллегами и близкими.

МАРИО БЕЛЛИНИ

Марио Беллини (1935, Милан). Красивый сайт у Марио Беллини: 64 архитектурных проекта, 16 выставок, 117 дизайнерских разработок (<http://www.bellini.it>). Беллини – классик итальянского дизайна, теоретик и практик; ведущий дизайнер «Оливетти» и промышленный дизайнер, работавший со многими производителями мебели, оборудования, техники, таким как «Artemide», «C&B» и «B&B», «Cassina», «Vitra», «Brionvega», «Yamaha», «Renault», «Driade», «Candy», «Castilia», «Flou», «Kartell», «Marcatrè», «Meritalia», «Natuzzi», «Poltrona Frau», «Ideal Standard», «Rosenthal», «Fuji». В.Р.Аронов считает, что вклад Марио Беллини, как и Э. Соттсасса, М. Цанузо, Д. Коломбо в мировую культуру равновелик вкладу классиков Возрождения, это так.

Окончил архитектурный факультет Миланского политехнического института. Работал художником в миланском универмаге «**Ринашенте**» (La Rinascente), где разработал светильник, мебельный комплект, выпускавшийся для продажи в универмаге. В 1963 г. возглавил отдел пишущих машинок «Оливетти», разработав много самобытных вещей в скульптурной стилистике, в стилистике функционализма и даже «милитари». Позже остался дизайнером-консультантом.

Общественная карьера М. Беллини разнообразна: вице-президент **Ассоциации промышленного дизайна** (ADI, 1969 – 1971); преподаватель Колледжа прикладных искусств (Вена, 1982 –1983), профессор «**Академии «Домус»**» (Милан, 1983 – 1985), в которой вёл курс «Новые модели жилой среды». С 1986 по 1991 гг. был главным редактором «Домуса». Читал спецкурсы в вузах Италии, в Королевском колледже искусств (RCA, Лондон). О вкладе его в мировую культуру свидетельствует то, что, по крайней мере, 40 из 117 промышленных проектов вошли в иконическую историю дизайна XX в.

М. Беллини – лауреат премии «**Золотой циркуль**» (Compasso d'Oro 1962, 1964, 1970, 1979, 1981, 1984, 2001), а также иностранных премий и почётных званий. Его разработки выпускаются до сих пор, экспонируются в музеях дизайна. Он был первым, кто настоял на вынесении своего авторства на панель деки «**ТС-800 GL**» японской «**Ямахи**» (Yamaha). Кстати, земляк Беллини – Боттичелли также был первым в истории художником, подписывавшим свои картины.

На «Оливетти» Марио Беллини приобрёл репутацию большого дизайнера. Вот как сам он описывал сложные отношения с миром электронных продуктов:

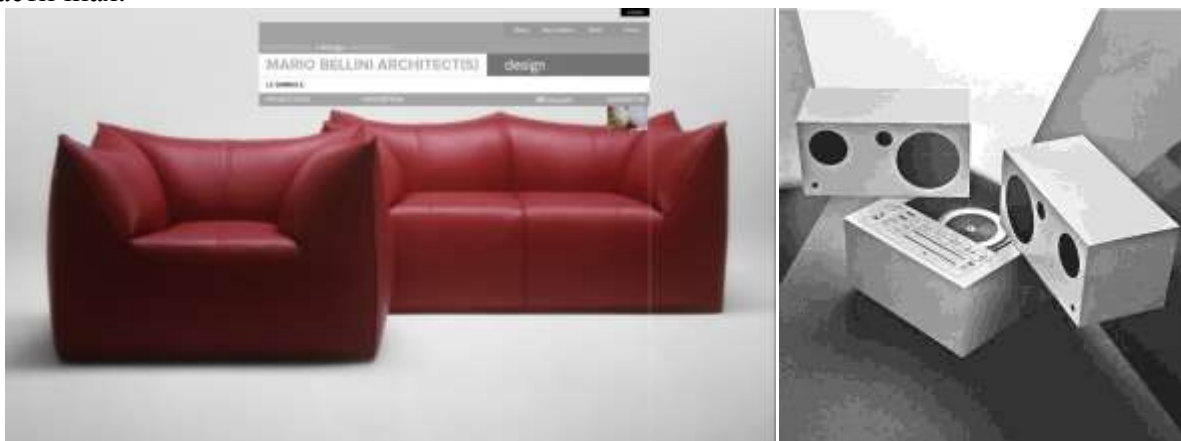
«"Вычислительная машина" теперь больше не означает ничего. Уходят дни, когда у кого-то было обыкновение, затаив дыхание, говорить «электронный "мозг"»; когда прилагательное "электронный" преувеличивало и почти мистифицировало любой аппарат. Чем быстрее развиваются методы управления и обработки информации, тем больше и семантическая инфляция: всё теперь стало "электронным" и рассматривается как весьма нормальное нашими детьми, которые с самых ранних лет больше воспитывались транзисторами и автомобилями, чем игрушечными солдатами.

Мы уже оглядываемся с ностальгией антиквара назад в "старое", в котором тяжёлые механизмы, полные рычагов и винтиков, производили несравненно большее впечатление, чем несравнимо меньшие коробки сегодня. Но реальная новая опасность "электронного периода" – потеря контактов и значений в нашей целостной психофизической способности, которая отрывается от отношений с внешней средой.

Проектировщик призван все более и более втягиваться в процесс разрыва и разрушения человеческих качеств. По этой же причине даже проект маленькой электронной вычислительной машины может снова сегодня быть важным. В ряде электронных вычислительных машин, которые я начал разрабатывать в 1965 году, начиная со "старой" Programma 101, я постоянно преследовал импульс их демистифицировать.

В самых последних машинах, представляемых теперь, – в Logos 50/60 и особенно в меньших моделях Divisumma 18/28 – я посвятил всё внимание проблеме перегуманизации этого "объекта". Я попробовал восстановить его способность к контакту, придать просто функциональную и эргономическую коннотации. Эти последние аспекты слишком часто использовались как предлог для оправдания и мистификации глубоких недостатков. По причине пунктуальной точности, с которой организм приборов был проанализирован, понят и структурирован, эти качества должны были скрываться в объекте, чьё полное значение не должно и не могло заключаться только в том, чтобы вычислять – с такой-то скоростью, ниже такой-то шумовой переносимости, с данной погрешностью, оставляя письменный след вычисления, et cetera. Но также и в том, если коснуться примера с Divisumma 18, они должны быть вокруг нас, около нас, не слишком обременительными или трудоёмкими, трогаемыми нашими руками, возможно немного эластичными, без клавиатуры, со сверхъестественными небольшими упругими пузырьками, сформированными телом машины, непрерывными элементами её тела. Странный объект, который может стоять подобно маленькому вертикальному тотему. Любопытный объект со способностью, возможно, создавать поток взаимного понимания, при очевидной в настоящее время способности всех к вычислению» [Domus. – 1973. – № 529. С. 36].

В отличие от работ Э. Соттсасса с их пластикой, жёстко ориентированной на концепцию и раскрывающей её, Беллини (в полном соответствии с фонетикой его фамилии) склонялся к развитию линии скульптурного дизайна, начатой М. Ниццоли. Его работы как бы музыкально-мелодичны, но без слюнтяйства и чрезмерности (1972, пишущие машинки «**Леттера 35/36**», калькуляторы «**Дивисумма 18/ 28**»). Беллини природой привязан к тонко-тональным, смягченным формам и к «художническим» жестам, в особенности проявившимся в сериях мягкой мебели «**Ля Бамбола**» (Кукла), похожим на подушки; а также в многочисленных стульях и креслах с плавными без приторности, лекальными линиями, чуть оплавленными силуэтами форм, что никак не сказывается на эргономике, удобствах и функциях разработок. «Бамболы» изначально делались в чехлах из хлопчаточной паковочной ткани как демократичные диваны и кресла, но получили и более солидную кожу. Не менее скульптурна кровать для «**Флоу**» (2007), комфортная и пластичная.



Одним из первых Беллини начал эксперименты с эластичными пленками: с их помощью формировались переходы между отдельными частями форм (1966, терминал с дисплеем **ТСV250**, похожий на крокодила). Плёночный метод получил название «топографического», он широко используется в автодизайне разных стран.

Беллини противник жёсткой геометрики. Даже если разрабатывает такие геометричные машины, как «**Логос- 50/60**» или **ЕТР 55**, он находит эффектные тонкие решения в нюансах форм, делающие приборы человеческими, в подборе материалов. Беллини комбинирует геометричные формы из нескольких объёмов, часто асимметричных, усложняет ритмику поверхностей, вводит цветовые акценты. Приметой работ М. Беллини

являются их «интеллигентные» формы с тонко проработанными деталями. Их компоновка учитывает, что рядом на столах находятся иные приборы, папки, файловые накопители. Даже такая «промышленная» разработка, как большая банковская машина «А-4» (1975), чрезвычайно изысканна по пластике, структуре, имеет пронзительные и оправданные детали дивных сложных цветов.

В одном из интервью Марио Беллини сказал, что итальянский дизайн – это пейзажи, памятники архитектуры и искусства Италии, но больше – новые материалы и новые технологии. Работы Беллини самого дизайнера – это изощрённая проектная культура, проработанные функции и эргономика. Человек всегда в центре внимания мастера. Мы «считываем» авторское начало, понимание проекта как деяния и мысли, а не бескостной коммерции.

«Художественные» жесты Марио Беллини – не только развитое чувство цвета и пластики, но и нетривиальные решения вроде подушек «Бамболы», складывающегося из листа полированного металла светильника «Кьяра» (1969, Бабочка), «самодвижущегося экипажа» «Кар-а-сутра» (1972), нарушающего трафареты автодизайна и социальные шаблоны. Этот концепт, разработанный на средства «Пирелли» и «Ситроена» для выставки «Новый жилой ландшафт» в Нью-Йорке – «машина любви», в которой передвигаются бродячие артисты или циркачи, которые живут в братских сообществах, именуемые «сетевыми сообществами». Они не привязаны к быту, положению и статусу. Это «дурковатые» персонажи, живущие свободно, наподобие хиппи или новых дауншифтеров. У машины нет дверей, есть окна. Внутри площадка с подушками-лежаками, спальниками. В строгом смысле нет и крыши, есть «остекление» и «проёмы». Авто спроектировано как антистатусный объект, как антимашина, лишённая важности, серьёзности, солидности, дороговизны (корпус – из профнастила простой геометрической формы). Машина явно нескоростная – именно что «самодвижущаяся тележка».



Это серьёзная задача итальянского и вообще европейского дизайна – «развеществовать» вещь, выявив её истинную ценность. Два слова похожи – цена и ценность. Беллини (как Э. Соттсасс, А. Бранци, А. Кастильоне и другие) предпочитает общественное поведение, определяемое ценностью вещей в высшем смысле – бытия. Беллини сторонник человека свободного, играющего и творящего – истинного. Игровое начало инициировало композиционные схемы радиоприборов для «Брионвеги»: приемника в стиле «милитари», полярно отличающегося от всего, что делал дизайнер. «Радикально» самобытны радиокомплексы «Тотем» (1971), решённые в виде крупных стерильных белых кубов-столов или сидений, при раскрытии превращающихся в проигрыватели-автоматы виниловых дисков с радиоприемниками и стереоколонками.

Дизайнеры Италии – люди с университетским гуманитарным образованием (среди них есть критики образования вроде Алессо Мендини). Они культурно, социально рефлексирующие художники, в этом отличие их от других. Если американский дизайн складывался в формате инструмента бизнеса, то в итальянском сильны красота и характер, поэтика, романтические качества, фантазия. Италия остаётся страной острых социальных проблем, скрытых для сторонних наблюдателей. Культура, духовная сфера Италии социализирована и политизирована. В Италии дизайн стал одним из адвокатов общества, говоря словами Кендзи Экуана. Инициаторы итальянского дизайна в 1960-е гг. получили поддержку промышленников, симпатии общества. К этому добавился экономический интерес государства к экспортной продукции. Дизайнеры обеспечили тылы экономики и промышленности, репутацию страны как одного из источников мировой культуры.

ЭТТОРЕ СОТТСАСС

Этторе Соттсасс – один из известных дизайнеров Италии, возможно, самый влиятельный в дизайне XX в. Для многих, например, профессора МАРХИ **А.П. Ермолаева**, Соттсасс – планетарная фигура; явление, изучением творчества которого можно понять дизайн и стать «просветлённым» дизайнером, архитектором и Художником. Это мнение, возможно, не бесспорное, но и справедливое.

[Алексей Павлович Ермолаев (1941), профессор МАРХИ, архитектор, дизайнер, учитель известных российских мастеров архитектуры и дизайна, руководитель творческой мастерской ТАФТ, автор книг и учебников по проектированию]

Этторе Соттсасс родился в 1917 г. в Инсбруке (Австрия). Учился в Туринском политехническом институте, по диплому он архитектор. Подписывал работы как «Э. Соттсасс, архитектор». Для Италии «архитектор» звучит привычнее и статуснее. Напомним, «архитектор» и «дизайнер» имеют единую генетику – «проектирование». Приведем большую цитату, опубликованную нашим первым исследователем дизайна **Ларисой Жадовой** как цитату из письма в СССР.

Текст каталога нью-йоркской выставки «**Sottsass & Superstudio: Mindscapes**», в котором он в присущем ему поэтическом стиле описывал свой путь к дизайну: *«Когда я был очень-очень мал, ребёнком пяти или шести лет, в особой одарённости обвинить меня было бы невозможно. Но я рисовал дома, цветы и вазы, цыганские фургоны, окрестности и кладбища (может, потому, что только что кончилась Первая мировая война) и ещё, когда я был чуть-чуть постарше, я вырезал парусные корабли с изящными обводами из мягкого дерева сосен с Монте Бондоне; я ещё построил пароход (который немедленно затонул) из дерева и металлических полосок, воспользовавшись игрушечной паровой машиной одного из школьных друзей. Этот мальчик был богатый сынок владельца «Гранд Отеля», и с ним и Джорджо и Паоло Графферами мы соорудили телеграфную линию в целых 200 метров, которая тянулась от домов на Адидже на самую вершину Досс Трент, — мы нашли целый склад бумажных лент, забытый в погребе отступавшими австрийцами (а может, их стащил дедушка Граффер).*

Тогда же на лесном ручье мы даже соорудили замечательную мельницу, приводившую в движение молотковый механизм, воздвигли её среди кустов малины и сияющих на солнце сетей огромных пауков.

Когда я был ещё старше, лет в девять-десять, я соорудил барометры и деревянные телескопы в мастерской дяди Макса (дядюшка был краснодеревщик), чтобы исследовать движение звёзд, но, конечно же, ни барометр, ни телескоп ни разу не получились, хотя я старательно проектировал астрономию в моём собственном воображении... Так это и шло.

Рисовать и делать вещи всегда казалось мне самым естественным делом на свете; делать всё, чем я или другие могли бы мерять воздух, пространство, время, дни и ночи;

всё, что могло заставить меня просыпаться утром, дрожа при мысли, что есть что-то, что нужно сделать, или для того, чтобы умчаться вниз, в лес, ещё тяжёлый от росы, молчания и запаха грибов, чтобы увидеть, работают ли ещё вещи, которые я сделал, которые мы все сделали; правильно ли мы их сделали – так я вижу это сейчас, с холодком, который приходит с вечером, как вы понимаете.

Мне всегда казалось самым естественным на свете делом проводить дни таким образом, стараясь вместе с другими наилучшим образом слиться с течением времени, слиться с Планетой, кружащей нас сквозь времена года. Вместе с другими, нагибаясь к земле и подвергая себя экзамену в глазах других, когда протягивал им – как будто поднял это, слоняясь вокруг, – что-то, что я сделал сам. Я помню время, когда принёс Нанде эту белую керамику с красными, жёлтыми и зелёными рельефами, которые я добавил к ней как холмики. Она улыбалась, улыбалась и поцеловала меня очень нежно.

В то же время, если я вкладывал вещи, которые сделал, в другие руки, не думаю, что различал когда-либо проектирование вещи, изготовление её и использование; не думаю, чтобы различал даже, что я делал один или с кем-то ещё. Если мне приходило в голову построить корабль, я был тем, кто спроектировал, кто построил его, вёл через Тихий океан, спасал его от смертельной опасности у атоллов и бросал якорь у коралловых пляжей; когда мы были вместе, то, если нам приходило в голову сделать телеграф, мы были теми, кто его соорудил и проектировал его, и мы были «народом», использующим его.

И ещё, когда мы соорудили эти вещи, нам не приходило в голову передать их кому-то в частности; в нас не было тщеславия, не было ощущения силы, происходящего от знания того, что мы смогли бы сделать. Ни я, ни другие не считали себя дизайнерами, художниками, ремесленниками или инженерами для публики: мы не интересовались ни потребителями, ни зрителями, и не искали одобрения или неодобрения, кроме того, что находили в себе. Всё, что мы делали, вознаграждалось самим актом делания, желанием сделать это; всё, что было сделано, было, в конце концов, частью одной только необыкновенной сферы: жизни. Дизайн был самой жизнью: это был день с рассвета до заката, ночная бессонница, ощущение мира, окружающего нас, его материи, света, расстояний, весов, сопротивления, непрочности, использования и потребления, рождения и смерти» [Соттсасс Э. «Потому что опоздал самолёт...» // Декоративное искусство СССР. – 1974. – №2; воспроизведено в: Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 1016 – 1021].

Соттсасс продолжил профессию отца, архитектора. Туринский политехнический он закончил в 1939 г., факультет архитектуры в Турине считался лучшим. В студенческие годы он пишет статьи в журналы, путешествует в Париж, практически без средств. Окончание института совпадает с призывом в армию. Большую часть Второй мировой войны провел в плену в Югославии. Эти годы Соттсасс, естественно, считал потерянными.

С 1946 г. Этторе Соттсасс живёт в Милане, являющемся промышленным и дизайнерским центром Италии, здесь же участвует в Миланской триеннале, где курирует раздел ремёсел. В 1947 г. открывает студию, продолжая сотрудничество с Триеннале. В Милане начинается разнообразная практика Соттсасса: архитектурная, декораторская, сценографическая, теоретико-критическая. Важной становится встреча с Джо Понти: Соттсасс пишет для «Домуса» (первые опыты были в студенческие годы). В 1956 г. Соттсасс едет в США, знакомится с практикой Джорджа Нельсона. После этого начинает занятия чистым дизайном.

На протяжении 1950-х гг. Соттсасс искал себя, экспериментировал с керамикой (эти занятия продолжатся и позже), интерьерными аксессуарами, ювелиркой и т.д. В керамике он нарушает правила – создаёт формы с новым пониманием функций и сценариев применения. Среди них есть объекты, обладающие отвлечёнными культурно-философскими смыслами для любования и размышления. Есть вариации на индустриальные мотивы. Есть сугубо прикладные и функциональные – чрезвычайно

удобные для аранжировки цветов и т.д. Индивидуальность каждого предмета, знаковость, погружение в традиции и разнообразие экспериментов – так будет со всеми проектами, не только с керамикой. Архитектор идёт не от импульса «сделать», а от потребности овеществить размышления о природе предметов и их смыслах:

«Я всегда пытался делать вещи, которые могли бы отвлечь людей от насилия, жестокости, морализирования. По существу, я всегда рассматривал дизайн как профессию проектирования больше «игрушек», чем товаров; и если я говорю «игрушки», то говорю это в самом высоком смысле слова, то есть я подразумеваю предметы, которые помогают мечтать и надеяться, помогают работать, сохранять цельность мироощущения, помогают открывать глаза большие, чем закрывать их и замыкаться в догмах самонадеянности, жадности обладания» [Л. Жадова. Этторе Соттсасс // Декоративное искусство СССР. – 1969. – № 9, то же: Хрестоматия по дизайну: Учеб. пособие для вузов / Сост. Г.В. Вершинин, Е.А. Мелентьев. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 300 – 315]

В 1950-е гг. Соттсасс погружается в «современную культуру» – архитектуру Ф.Л. Райта и Корбюзье, в Баухауз и неопластицизм. Ему интересен неоавангард – «бедное искусство», поп-арт и минимал-арт. Одновременно он увлекается буддизмом, индуизмом. Керамика в этот момент становится свободным и быстрым полем высказывания. В ней появляются семантические мотивы: ступенчатость (зиккураты, ступы, пирамиды) форм, мощные или неустойчивые основания. Формы являются комбинациями простых фигур, графики, локальных цветов и различных фактур поверхностей. В одной работе Соттсасс может использовать сочетание современных индустриальных форм и ассоциаций с вавилонскими зиккуратами и египетскими пирамидами.

Пустое формообразование ему не интересно. Соттсасс исследует смыслы: что значит керамика (вещь) в жизни человека, какие формы актуальны, какие бытийные значения выражаются комбинацией форм. Является ли предмет носителем сущностей, что он значит в бытийном смысле? Очевидно, что каждый предмет – квинтэссенция смыслов и сущностей, процессов, явлений. Ваза – подставка? Выразительный объект, система значений, текст? Объекты Соттсасса разнообразны, содержательны и до сих пор непривычны, по крайней мере, в керамической традиции. Придя из другого цеха, автор радикализирует керамические привычки и последовательное развитие ремесла.

«С моей собственной точки зрения, – признавался Соттсасс, – эта старая керамика, созданная между 1953 и 1960 годами, представляет значительное явление, так как она кристаллизует в себе идею предмета и цвета как катализатора строгости, коммуникативности... и прямой простоты» [Л. Жадова. Этторе Соттсасс // Декоративное искусство СССР. – 1969. – № 9, то же: Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 300 – 315].

Но чему обязаны эти поиски? Желанию быть оригинальным, не похожим на других? Сам Соттсасс так написал об этом в дневнике-каталоге стокгольмской выставки 1966 г. (исповедальность – одна из главных черт мастера): *«Я замкнул в свинцовом мавзолее символы благосостояния. Я не предлагаю их ни разрушать, ни игнорировать. Мне бы только хотелось уметь не заразиться ими. Может быть, достаточно изменить их расположение, их синтаксический порядок; может быть, изменив их порядок, я сумею жить вместе с ними, пользоваться ими, не испытывая на себе их гнета»* [].

В альбоме «Керамика Соттсасса» [Ettore Sottsass. Die Keramik. – Kilchberg / Zürich, Schweiz, 1995. – 108 s.: Abb.] разработки, систематизированные по разделам: мегалитическая, тантрическая, буддийская керамика и т.д. Увлекаясь тем или иным феноменом культуры, Соттсасс «переживает» его особенности в создаваемых им проектах. Он считал, что дизайн – это проектирование быстропроходящих, а не вечных форм. Но он остается пространством рефлексии и переживания опыта культуры.

Ваза для цветов может представлять собой плоский цилиндр в основании с клиновидным переходом к щелевидной горловине, позволяющей ставить в нее высокие цветы с длинными стеблями. Другая – цилиндр с несколькими перфорированными

дисками, позволяющими фиксировать цветы в том положении, в каком их видит составитель букета. **Ваза для фруктов** имеет узкое основание и неустойчивую форму. Но центр тяжести рассчитан так, что масса фруктов (на фотографии – груш), лежащих в вазе, понижает центр тяжести, и неустойчивая форма становится устойчивой.

В одной вещи Соттсасс использует разные глазури, разные её фактуры. В цвете эта керамика очень живописная и непосредственно-живая. В его керамике много нюансов, не заметных на первый взгляд, вернее, мало говорящих непосвященным, в особенности тем, кто ищет в вещах выражения собственных притязаний и сокрытия комплексов. По мысли Соттсасса, форма не должна быть сложной, она должна быть осмысленной, а её восприятие – осмысление символов, архетипов, ассоциаций и форм. Вспоминается суждение **А.Г. Раппапорта** о камнях: *«Представьте, – говорил он, – что камень – это очень существенный элемент культуры. Камень обладает объёмом, весом, массой, силой, тяжестью, значением, звучанием и массой других свойств, которые в нём интегрированы. Но в современной культуре от камня ничего не остаётся, потому что он превращается в плитку, в поверхность стены, т.е. теряет своё значение, существенность, гордость, силу».*

В керамике Соттсасса есть сила форм – простых, тяжёлых, вещественных, содержащих в себе бытийные значения. Так, **Декоративная тарелка** с зеркальной поверхностью в центре, двумя прочерками (горизонтальным и вертикальным) вокруг центрального диска и двойной окружностью по краю имеет две фактуры – шероховатую и зеркальную, так что центральная часть похожа на линзу. Центральная часть – «точка», начало начал, атом. Окружности (в философском смысле) – бесконечная система точек. Неоплатоники эпохи Возрождения считали окружность наиболее совершенной формой, так как она состоит из бесконечного числа точек, и каждая расположена в своём месте пространства и на одинаковом расстоянии от центра. Это ли не сочетание уникальности, особенностей и универсализма?



Точка в индуизме и синтоизме – «единица», «начало». Окружность — «космос», «вселенная», «всё», «множество». Горизонталь – это «земля», «жизнь», повседневность и обыденность. Вертикаль – дух, движение от телесного, повседневного начал, от «единичного» к всеобщему, от естества к космосу. Окружность – бесконечность, совершенная форма, а точка (центральная часть) – форма конечная. Их соотношение – единство частного и всеобщего, начала и конца, человека и вселенной. *«Жадность обладания»* по Соттсассу – одна из бед современной культуры. Человек замещает творчество (присущее ему от природы) алчностью обладания: предметами,

вещами, людьми, деньгами, властью. Так сложилась патология общества потребления: обладание подменяет цельность мировоззрения, ощущения мира. Потребление в новой консьюмеристской цивилизации не замещает до конца творчество и жизнь духа, о чём писал Тютчев: «*Не плоть, а дух растлился в наши дни, и человек отчаянно тоскует...*». «Всемирная тоска» связана с утратой человеком себя и творческих возможностей, заложенных природой, с неспособностью действовать, страхом отстать и т.д. [подробнее: Лоренц К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества // Обратная сторона зеркала / пер. с нем.; под ред. А.В. Гладкого; сост. А.В. Гладкой, А.И. Федорова; послесл. А.И. Федорова. – М.: Республика, 1998. – 393 с.].

В 1950-е гг., когда Соттсасс занимался керамикой, коврами, декоративными предметами, было важно его движение от техницизма к проектной поэтике. Он обращался к универсальным формам. Сущностное проектирование – особенность мышления Соттсасса. Его любимый культурный регион – Индия (индуизм, брахманизм, буддизм), традиции которого изучал, в том числе путешествуя по Индии.

Соттсасс часто писал для выставок тексты-размышления, используя новый инструмент фломастер. Его непритязательная графика как бы снижает пафос слов. Фломастер ускоряет диалог, к словам добавляются знаки: точки, окружности, спирали, фотоколлаж с акцентированными символическими деталями архитектуры прошлого. Точка – начало, первоэлемент. Две точки – инь и янь, день и ночь, небо и земля, полярности. Складываясь вместе, точки образуют окружность, средневековый аналог окружности – готическое окно-роза, многозначный элемент. Соттсасс ввёл в практику «размышление формами», и когда теоретики 1980-х гг. приходят к выводу, что дизайн – *«искусство писать и читать мир на языке предметов»*, у истоков дизайнерского «искусства писать и читать на языке предметов» стоит Э. Соттсасс.

В 1956 г. А. Оливетти пригласил Соттсасса в качестве дизайнера-консультанта (позже – заведующего отделом). В конце 1950-х гг. Соттсасс проектирует большие электронно-вычислительные машины «Элеа». Проблема заключалась в нескольких сложных проблемах, не решенных окончательно и теперь. Самое сложное – отношения «человек-машина», разработка интерфейсов, клавиатур, архитектуры – программной, элементной, управленческой. Он разработал пространственную архитектуру машин, исследовал эргономику коммуникации. «Элеа» («Элеа-9001/2», ламповые и «Элеа-9003» транзисторные) имели разную компоновку, периферию, громоздкие устройства памяти на ленте. Элеа 9003 была первой передовой машиной – полностью полупроводниковой. Соттсасс, обладавший редким в наше время цельным мышлением, проектировал *систему*, в которой части подчинены человеку и реальности. Модульный (блочный) принцип позволял память, процессор (80 000-ядерный), управление располагаться в разных помещениях, соединяясь шинпроводами.

Соттсасс проектирует пульт таким образом, что все блоки, сотни кнопок имеют свою конфигурацию, форму, габарит, цвет и группируются в блоки. В этом дизайнер действует как прожженный функционалист, не склонный к «художествам». Вернее сказать, ставя себя на место оператора, Соттсасс сценирует действия, процессы и, отталкиваясь от визуальной эргономики и психологии, создаёт лёгкую версию сложного устройства. Кнопки сгруппированы в блоки, у них различная геометрия, высота, собственная цветовая идентификация и цвет панели, на которой расположены.

За решения электронно-вычислительных машин Соттсасс получил премию «**Золотой циркуль**». Он помог наладить выпуск мощных, удобных и гибких машин. Это были штучные разработки, как и сейчас суперкомпьютеры разрабатываются под конкретные задачи и заказчиков. «Оливетти» заняла европейский рынок компьютеров на какое-то время. Впрочем, происходила непрерывная технологическая революция, компьютеры переходили от ламп к полупроводникам. «Оливетти» скоро откажется от компьютеров из-за того, что они требовали мощной научно-экспериментальной базы и

содержали большие риски, но надолго останется абсолютным лидером в оргтехнике, конторском и банковском оборудовании, в графопостроителях для архитекторов и т.п. Постепенно предприятие будет сжиматься, и из-за растущей конкуренции, но и потому, что было авторским проектом.

Соттсасс свободно и радикально мыслящий дизайнер. Пытаясь проникнуть в суть вещей, он создаёт свою их версию. В 1969 г. он устроил собственную **Выставку в Стокгольме**, исповедальную. На ней были представлены промышленные изделия, концептуальные проекты, в том числе так называемые «**бедные экспозиции**» – на стыке **неоавангарда** и концептуального дизайна: пустые интерьеры, мебель из пластиковых листов. Итальянский дизайн подпитывался от неоавангарда с его бунтом: невелика граница между концептуальным и «бедным» искусствами, минимал-артом и хеппенингом, энвайроментом и собственно дизайном.

В одном из таких «бедных» интерьеров доминанты – надувные подушки, скорее для баловства, чем для «жизни». В другом интерьере на полу возле «**Лунного пилястра**» стоят альпинистские ботинки – прообраз сегодняшней спортивной обуви. Мы не знаем, кто живёт в этом интерьере. Судя по пустоте, «невещественности» и ботинкам – явный «искатель». Какой смысл скрывает в себе интерьер с чёткими гранями и открывающимся на все стороны шкафом-пеналом? Вот что написал сам Соттсасс в каталоге: *«Это общество благосостояния не покидает человека с его первых до последних шагов, как любимая кормилица с огромной, переполненной молоком грудью. Строго по мерке отграничена область суждений и выбора, и пространство, в котором он может передвигаться; указаны улицы и места перехода, красный, потом желтый, и, наконец, зеленый свет, до следующего светофора, где человека ждут и снова подвергают проверке. Скорость не должна быть чрезмерной. Нужно избегать лишнего шума. Через выхлопные трубы удаляются даже отходы человеческой жизни: отбросы, самоубийцы, безумцы, алкоголики, разбитые сердца и т.п. Никого не должны беспокоить. Круг очень узок. Круг очень ограничен. Трудно выйти за его пределы. За этим бдительно следят военные и полицейские, политические партии, бизнес; бдительно следят большие письменные столы, а также те, кто принесён в жертву благосостоянию, те, кто уснул, положив голову на стол, покрытый клеенкой, рядом с нераскрытой газетой, а вокруг запахи невымытой посуды, и слышно, как вещает для всех радиоприемник, установленный на столике, спроектированном за недорогую плату для блага общества и для блага рынка».*

Приведём ещё одну цитату Соттсасса из публикации Л.А. Жадовой в журнале «Декоративное искусство СССР»: *«Я замкнул в свинцовом мавзолее символы благосостояния. Я не предлагаю их ни разрушать, ни игнорировать. Мне бы только хотелось уметь не заразиться ими. Может быть, достаточно изменить их расположение, их синтаксический порядок; может быть, изменив их порядок, я сумею жить вместе с ними, пользоваться ими, не испытывая на себе их гнета».*

Белое пространство – пространство в образном смысле ещё не выстроенное, это пространство воображения, ожиданий. Мы можем домысливать человека, но самого его нет: этот интерьер раскрепощает воображение. Он послание людям, боящимся остаться наедине со скукой и собственными мыслями, потому что наедине возникает вопрос: что я такое, для чего всё вокруг. Пустота (или чистота?) жизни провозглашается пластической пустотой, которая должна чем-то заполняться, всегда чем-то заполняется. Безмолвие интерьера, в котором выключена жизнь, создаёт ощущение жизни за его пределами. По сравнению с интерьерами, в которых все говорит, кричит, бормочет, соттсассовские – безмолвие, содержащее тайну, «другую жизнь» в воображении.

Стремление Соттсасса одушевить (одухотворить) предметы проявляется в большом числе инициативных разработок, для выставок, например. «**Пилястр на границе страны Утопии без насилия**», «**Лунный храм, чтобы молиться об избавлении от чумы**», «**Голубой храм-талисман**». Его инсталляции волнуют молодых дизайнеров, среди которых

возникает что-то вроде культа мастера, устанавливающего свои правила игры с обществом. Автор размышляет о смысле быта и бытия. Много ли нужно человеку для счастья, для жизни? Делают ли нас счастливыми вещи, деньги, положение в обществе, любовь, радости жизни? В какой мере и на какой срок? Человек на деле оказывается наедине с собой, своими проблемами, ощущениями или драмами, со своим видением и чувством мира вокруг. В этом экзистенциальном состоянии он ищет точку опоры. Есть ли стержень внутри нас, есть ли цели и каковы наши ценности? Насколько они соотносятся с традицией и опытом человечества, способны выручать в жизни? Эти вопросы пришли в дизайн с Соттсассом, после чего дизайн скучно воспринимать как просто делание удобных предметов для каждого дня. Начался период размышлений в вещах о том, кто мы, для чего и куда движемся, что прежде было темами «большого искусства», а не прикладничества.

В 1960-е гг. для «Оливетти» Соттсасс разработал много оргтехники, пишущих машин. Самой популярной стала «**Леттера де люкс**», портативная пишущая машинка, получившая «Золотой циркуль» как одна из самых ясных, красивых, совершенных пишущих машин. У неё регулируется нажим клавиш, хороший шрифт и оттиск. Соттсасс учитывал при разработке эргономические и визуальные аспекты, присущие человеку-труженику. Как известно, простые геометрические формы воспринимаются чётко, но быстро утомляют. Соттсасс сформировал «непростую простоту» за счет небольших скосов пластиковых «молдингов», фактуры крышки, пластичного рычага перевода каретки. Металлическая поверхность машинки покрыта пластиковой эмалью с рельефом, тогда как собственно пластиковые детали полуглянцевые.

Печатная машинка «**Valentino**» знаменита необычным обликом. Она до сих пор продаётся на вторичном рынке (там продаётся всё), выставляется во всех музеях дизайна. Она насыщенного красного цвета, имеет чехол, повторяющий форму аппарата, похожий на квадратное ведёрко. Футляр может быть и табуретом. Открытые катушки красящей ленты с поверхностью красно-оранжевого цвета; крупные, пластичные, «скульптурные» детали формируют энергичную, «весёлую» форму.

Искусством «пластики предмета» в мире владеют единицы. Художников, которые понимают нюансы, способны игнорировать шаблоны и «сурьёз», прорабатывать детали, как это делали мастера готической архитектуры, делая форму пространственной – не фасадной – мало. Соттсасс из этой когорты, и при этом обладал воображением, позволяющим сценарировать функции, проигрывать в воображении пользовательские ситуации. Такими были в XX в. Э. Соттсасс, Т. Вирккала, Т. Сарпанева, Д. Нельсон и некоторые другие дизайнеры. Остроумно было решено в 1970-е гг. машинописное бюро: они существовали в издательствах, научных организациях, редакциях, исследовательских центрах. Главной их проблемой был шум, от которого не могли спасти звукопоглощающие панели и наушники. Электрические пишущие машины «Оливетти» (1972) соединились в систему, получили блоки памяти. Машинистки набирали текст, контролируя и правя его на жидкокристаллических дисплеях. Когда сотрудницы расходились по домам, пишущие машины можно было включить на печать. Она велась на рулонной бумаге в отсутствие людей. Рулонная бумага удобный материал, т.к. не рассыпалась на отдельные страницы. Главной особенностью этой разработки была забота о благе сотрудников.

Параллельно с прикладными разработками техники Соттсасс проектирует концепции современного офиса. В «**Системе 45**» (1969-1971) предложена гибкая компоновка и элементы, позволяющие организовывать практически все ситуации офисной жизни. Философия «системы» – идеальная европейская контора без кабинетов, лишь условные индивидуальные зоны внутри единого пространства. В конторе царствует корпоративный дух, совместная работа, поэтому она весьма условно делится на ячейки. Можно собрать зону для индивидуальной работы или небольших совещаний, зону руководителя или архива, время от времени пристраивать офис. Можно организовать место секретаря, помощника руководителя или учебный класс. Добавить техническое

оборудование, навесные или напольные шкафы, ящики, планировать зоны как открытые или закрывающиеся.

Идею открытого офиса впервые понял **Фрэнк Ллойд Райт**, построивший в 1906 г. здание страховой компании «**Ларкин**» в Буффало (США). Его интерьер был единым пространством без норок – кабинетов, кроме нескольких кабинетов первых руководителей.

У Соттсасса такое же единое пространство, которое формируют шкафы, выполняющие функцию «перегородок». Они закрываются, становясь недостижимым местом хранения коммерческой информации. Все элементы регулируются, трансформируются – их можно изменить, перестроить, дополнить по необходимости. Сдержанные по цвету, поверхности стоек и топов дополняются активными деталями светло-голубого, теплых и холодных коричневых и сдержанного оранжевого цветов. Гамма строга и мягка одновременно: цветовые акценты – энергичные и воздушные оранжево-жёлтые и прозрачно-голубые, домашние коричневато-красный и марс коричневый, преобладающий цвет – светло-серый, легкий. В таком интерьере обязательно нужны яркие детали (стул оранжевого цвета), чтобы нарушить сдержанность среды.

Офисный стул (1973) известен и до сих пор выпускается. Он скроен по эргономическим правилам: регулируются наклон спинки, высота и наклон подголовника, высота сиденья. Поверхность каркаса стула покрыта эмалью. Форма красивая, легко читаемая, простая.

Вместе с **Андреа Бранци** и другими дизайнерами Соттсасс в 1972 г. организовал в Нью-Йорке большую выставку «**Италия. Новый жилой ландшафт**». Она открылась в Музее современного искусства – МоМА, получила огромную прессу и создала фундамент для мирового восхождения итальянского дизайна. С тех пор он начинает восприниматься инновационной мастерской мира. В экспозиции показывалось огромное количество концептуальных проектов, которым было суждено стать основой для развития проектирования (об этом – дальше).

Немногом раньше Соттсасс разработал мобильную мобильную систему «**Депозит**» (1967). Это студия, то есть трансформирующаяся жилая среда, совмещенная с офисом. Её главная идея была характерна для конца 1960-х гг. Это метаболистская идея промышленно изготовленного интерьера, все элементы которого выпускаются фабричным способом и могут утилизироваться или меняться. Базовые блоки komponуются так, что перепланировать студию можно хоть ежедневно. Отдельные объёмы: «кухня», «душ», «туалет», «холодильник», «шкаф», «музыкальный блок» и т.д. соединяются коммуникационными шлангами. Все они образуют выгородки, «комнаты». Каждый из модулей сборный, он состоит из типовых элементов-конструкторов. Соттсасс показывает в проекте, как люди живут в его интерьере: делает это с помощью предметов и аксессуаров (гитара, музыкальный центр, книжные шкафы и т.д.). Понятно, что населяют студию молодые ребята, студенты или творческие люди, ведущие компанейскую, дружную жизнь. Отдельно выделяются спальни, в которых видны «лунные пилястры» – светильники из матового пластика (сегодня активно выпускаются). Кровать – «утопия» сделана как пьедестал и соединяет в себе диван, полки, скамейки и ложе.

Соттсасс проектирует интерьерные предметы, нарушающие мебельную типологию: зеркало-портал, стол на козлах, мебельные стеллажи-пилястры или, напротив, шкафы-мастабы наподобие египетских; напольные и настольные вазы, украшения, в которых драгметаллы и камни соединены с железом, что против правил «настоящей» ювелирки, отступившей в итоге под натиском простой бижутерии.

Мы живем в мире, «буржуазная» кодировка которого предполагает декларативное потребление, демонстрацию социального статуса, цены вещей. Вещи Соттсасса появились в 1960-е гг., годы леворадикальных, антикапиталистических революций («контестации») во Франции и Италии. Его вещи отрицают потребительский порядок, в лучшем случае его шаржируют. Поэтому дизайнер оказывается не «в створе» тенденции, не «в тренде», а

сознательно протестует против них. Он создаёт собственные правила игры, опирающиеся на «истинное» значение вещей по отношению к «подлинному» человеку – творческому, искреннему, живому, ищущему.

В 1973 г. Соттсасс совместно с А. Бранци запускает на XV Миланской триеннале показ 140 фильмов, посвященных «критике проектирования» одежды. В фильме-исследовании **«Как сшита гоголевская шинель»** анализировались тенденции промышленного и индивидуального производства одежды, моды, кроя тканей, особенности современной одежды. Проектное предложение заключалось в индустриальном производстве базовых конструктивных моделей-элементов, предполагающих авторскую компоновку – само моделирование. Как видим, сфера проектных интересов Соттсасса была практически безгранична.



В 1980-е гг. он занимается и архитектурой. Проектирует частные дома, объекты, конторы, магазины. **Магазин Эспри** в Кельне (1985) сделан в группе архитекторов и дизайнеров. Это трехэтажный show-room. Зал магазина отделан искусственной плиткой с грубовато-крапчатой текстурой. Пятнистая крупная поверхность даёт ощущение ограниченности пространства, подчеркивает изломы от горизонтали к вертикали.

Система лестниц обладает своим смыслом. Одна ведёт на второй этаж и состоит из маршей-коробов, как бы поставленных друг на друга. Цвет коробов кораллово-розовый. Ступени довольно крутые, перила «мятые», кривые, покореженные «жизнью», тёмно-зелёные. Непривычно сочетание тёмно-зеленого и кораллово-розового. Соттсасс наделил эту лестницу семантикой сродни притчи. Входить в узкий короб и подниматься вверх психологически тревожно и азартно. Структура лестницы похожа на пространство жизни, на подъём по социальной лестнице. Движение вверх: подъём – отдых, снова подъём. Короба-марши «затягивают» вверх, как и искушения жизни. Кривоватые перила производят впечатления хлипковатых. Ступени с антискользящими накладками и подсветкой, но крутоваты, спускаться по ним не слишком комфортно и способно действовать на подкорковом уровне. Это нагромождение коробов и площадок, мятых перил и крутоватых ступеней похоже на жизнь – поднимаешься не без труда, расчёт – на себя, спускаться рискованно – терять социальный статус. Вторая лестница – спиралевидная синяя воронка, она более свободна и стихийна. Соттсасс интересно решил и пространство – использовал асимметричную расстановку вешал и прилавок, визуально увеличив размеры помещений.

В мае 2005 г. Соттсасс приезжал в Москву на выставку «Арх-Москва», выступил с лекцией. Его приезд остался почти незамеченным: «другая жизнь и берег дальний»... Впрочем, Москва как специфический город с вечно теряемой идентичностью может не заметить кого угодно.

Этторе Соттсасс – крупнейший дизайнер XX в., практик, мыслитель, идеолог, лидер, художник. Он долгие годы был автором инициатив и перемен: функциональный дизайн и постмодерн (его изобретение – «**стиль мемфис**»). Антидизайн и прагматичные разработки существовали в его творчестве, конфликтуя и подпитывая друг друга. Таков и основной поток итальянского дизайна, сочетающий в себе протест против цивилизации, воображение и художественные импульсы. До сих пор мировые разработки делаются в Италии: на кузовных фирмах, в миланских студиях, в которых работают теперь и англичане, японцы, русские. В отличие от мощной коммерческой версии поисковые разработки часто основываются на рефлексии, размышлении и осознании реальности.

В апреле 2004 г. в редакции «Домуса» состоялась встреча Вико Маджистретти, Этторе Соттсасса, Энцо Мари, Андреа Бранци, Алессо Мендини. На ней Соттсасс, вспоминая о послевоенной Италии, говорил, что тогда произошла «смена постов»: дети получили промышленные предприятия отцов. По словам Соттсасса, *«они надеялись, что Италия сможет обновиться: и социально, и этически. Они следовали за нами с огромной этической страстью...»*. И хотя эти молодые промышленники были, скорее, «ремесленниками», им очень хотелось сделать Италию современной страной. Благодаря этой установке в Италии сложилась питательная почва для развития дизайна – экономические обстоятельства, традиции и сама культура способствовали этому.

Послевоенный дизайн породил блестящую плеяду мастеров мирового значения: **Гаэ Ауленти** (Gae Aulenti, настоящее имя Gaetane Aulenti, Палаццо-делло-Стелла, 1927 – 2012, Милан), **Франко Альбини** (Franco Albini, 1905, Роббьяте – 1977, Милан), **Акилле Кастильоне** (Achille Castiglioni, Милан, 1918 – 2002), **Джорджетто Джуджаро** (Giorgetto Giugiaro, Гарессо, Пьемонт, 1938), **Джо Коломбо** (Joe Cesare Colombo, Милан, 1930 – 1971), **Алессандро Мендини** (Alessandro Mendini, Милан, 1931), **Анджело Манджаротти** (Angelo Mangiarotti, Милан, 1921 – 2012), **Энцо Мари** (Enzo Mari, Новарра, 1932), **Карло Молино** (Carlo Mollino, Турин, 1905 – 1973), **Гаэтано Пеше** (Gaetano Pesce, Специя, 1939), **Паоло Пива** (Paolo Piva, Адрия, 1950), **Денис Сантакьяра** (Denis Santakiaara, Кампаньоле, 1951), **Умберто Рива** (Umberto Riva, Milan, 1928), **Марко Цанузо** (Marco Zanuso, 1916 – 2001) **Антонио Читтерио** (Antonio Citterio, Меда, 1950) и других проектировщиков, имена и вклад которых в художественную культуру, как уже замечали, расценивается на уровне больших мастеров Возрождения. Ни одна дизайнерская школа нашего времени не дала такого разнообразия индивидуальностей.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И РАДИКАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ конца 1960-х – начала 1980-х гг.

Оговоримся: под концептуальным дизайном подразумеваются явления, в которых важнее всего система идей, критически представляющая современную реальность и предлагающую «другое существование». Речь идёт не о новых формальных предложениях, сколько о «другой жизни», как бы она ни проявлялась. Термин «концептуальный дизайн», как любой другой, условен и относителен. В него можно упаковать различные самоназвания, а также более или менее распространённые термины от собственно «концептуального дизайна» до «антидизайна», «радикального дизайна», «нон-дизайна», «авангардного дизайна», «радикальной архитектуры», «радикального проектирования» и тому подобные. Термин ничего соединяет различные взгляды на явления жизни, общественные процессы. Иногда «концептуальный дизайн» – предложение новых методов, отношений к привычному. Иногда это модель другой функции, ревизии внешних форм. Концептуальный дизайн, как правило, замахивается не на модернизацию и улучшение, а на смену отношения к вещам и явлениям. Важна идеология, интеллектуальная позиция. Реализация может не предполагаться или невозможна и из-за чрезмерной новизны, или

потому что авторы концепции обращаются не к продукту, а к сознанию зрителя, потребителя.

У **Томаса Хауфе**, в «**Быстром курсе дизайна**» [Hauffe T. Dumont-Schnellkurs Design. – Köln: Dumont, 1995] была умная таблица, дающая классификацию дизайна второй половины XX в. Т. Хауфе обнаружил взаимосвязь экономико-хозяйственных процессов (базиса, по Марксу) с «надстройкой» – формами дизайна.

Так, **разрозненому обществу** 1950-х гг. соответствует **стайлинг** («художественное оформление»). Действительно, послевоенное общество было противоречиво, экономически и политически разрознено. Такое общество не нуждалось в «истине», хотя бы потому, что было разорвано идейно, не понимало настоящее, но и будущее.

«**Зрелое общество**» 1960-х г., достигшее более-менее ощутимого достатка, начинает ценить комфорт и «**потребительские функции**».

«**Сытому**» обществу 1970-х гг. соответствует «**эстетичный дизайн**» (между разными странами были различия в уровне жизни, но вопрос в самоощущении). Применительно к СССР этот период называют «застоем», а в США неоконсерватизмом. Стоит подумать о разнице в оценках и ярлыках недавнего прошлого.

«**Общество изобилия**» 1980-х гг., когда проблема хлеба насущного осталась в прошлом, у людей появились ресурсы для «вольностей»: путешествий, бытовых «излишеств», что привело к более глубокому, прихотливому взгляду на образ жизни и дизайн. От последнего требуются «особенности», «самобытность», «авторские» взгляды. Дизайн становится текстом, сообщением, распространённым способом «письма». Широко используются знаковый, семантический язык, в том числе сложные смыслы – синестезия.

И, наконец, 1990-е гг. в схеме Хауфе — это «**уставшее общество**», достигшее вершин экономического роста, с устоявшимися социально-политическими институтами, культурными и потребительскими привычками. В США в те годы исследовалось, насколько деньги могут быть мотиватором. В стране, в которой средние зарплаты были в диапазоне от \$2 500 до \$3 500 в месяц, выяснилось, что «мотивационным пределом» для большинства является сумма около \$30 000 – \$35 000 в год. При достижении такого уровня деньги не являются стимулом работать больше, кроме небольшой группы сограждан, преданных идее неограниченного процветания.



Т. Хауфе, соответствие направлений дизайна состоянию общества

Таблица Хауфе призывает задуматься о тенденциях, «потребностях времени» и соотносимости общества и дизайна. Понятно, что любая схема условна, а общество, развиваясь, усложняется. Общественные группы-страты различаются привычками, запросами, образом жизни и потреблением. Отечественные социологи выявили ещё в 1980-

х гг. размывание классических классов – пролетариата, буржуазии, а также «прослойки» в виде интеллигенции, и насчитали примерно 20 страт, то есть устойчивых общественных групп со своей психофизикой, культурой, общественной фиогномикой, социальной иерархии. Прогресс усиливает дробность: люди всё больше различаются не по «отношению к средствам производства», а по культурной типологии и социальному лицу. Для понимания процессов важны усреднения, тогда как для реального проектирования – реальность. Если мы соглашаемся, что дизайн 1970-х гг. эстетичный, и общество разделено на 20 страт, значит ли это, что и дизайнов должно быть не менее 20 форм. Так представляется по механистичной прикидке. На ситуации дизайна 1970-х – 1980-х гг. повлияли события 1968 г. когда, начали появляться сложные явления: хай-тек, гранж, бедный дизайн и «радикальный». Хай-тек был версией функционализма, гранж или бедный – антибуржуазными, радикальный претендовал изменить отношения с миром.

«1968 год» в Европе – время мощных общественных перемен. Это был не один год, а несколько: примерно с 1965 до 1972 г. Но чаще говорят о «студенческих революциях», хотя на деле в мае 1968 г. поднялись не только студенты Франции и Италии, Мексики и других стран, но и рабочие предприятий (ок. 10 млн. – половина работающих). Профессор университета в Нантере Робер Мерль, которого называли «Дюма XX века», ярко и умно описал события марта 1968 г. как бы изнутри студенческой среды (роман «За стеклом», 1970).

Авторы недавней публикации рассказывают: *«Эпицентрами радикальных студенческих выступлений стали крупные города США, Западной Европы, Японии: пожары, баррикады, рукопашные столкновения с полицией, «коктейли Молотова», массовые демонстрации. Пражская весна – романтическое движение за «очищение социализма» в Чехословакии и его подавление войсками стран Варшавского договора. Всплеск партизанских войн во Вьетнаме, Гватемале и Анголе. Многомиллионные антивоенные демонстрации европейцев, американцев, австралийцев. Подавление крестьянских мятежей и этнических восстаний в Таиланде, на Северном Калимантане, в Ираке. Появление новых форм политического терроризма – несколько угонов американских пассажирских авиалайнеров на Кубу. «Культурная революция» в Китае, когда Мао Цзэдун ради укрепления режима личной власти подогревал «спонтанную» борьбу студентов против партийной и государственной бюрократии. Продолжение войны между Израилем и Египтом»* [Бурмистров П., Жутаев Д., Великовский Д., Хестанов Р., Тарасевич Г. 1968: год великого перелома // Русский репортёр. – 2008. – №16 (46). URL: http://expert.ru/russian_reporter/2008/16/god_velikogo_pereloma/].

Чего хотели? Профессор политических наук Калифорнийского университета в Санта-Круз **Майкл Урбан**: *«1968 год был временем, когда множество разных движений объединилось в общем протестном порыве. Началось с движения за гражданские права. Оно набрало наибольшую силу на востоке США, откуда еще в начале 60-х годов масса молодых активистов двинулась на юг, чтобы участвовать в борьбе за права чернокожего населения. В 1964 году в Калифорнийском университете и в Беркли родилось движение студентов за свободу слова, позднее оно превратилось в движение против войны во Вьетнаме. Одновременно развивалось другое протестное направление – культурное. Оно не имело какой-то четкой политической или идеологической окраски, но выражало реакцию на коммерциализацию американской культуры и утрату чувства принадлежности к сообществу*

Поколение, пережившее Вторую мировую войну, преследовало в основном материалистические цели – для него очень важно было побольше зарабатывать и покупать побольше разных вещей. Достаток стал главной мерой успеха в обществе. Но дети этих людей отреагировали на их ценности протестом: «Нас не любят, нам только покупают игрушки». В середине 60-х начало набирать силу движение хиппи и битников, которые пытались создать «новую семью», поскольку их собственный опыт взросления в

традиционных семьях вызывал у них отвращение к материализму и породил ощущение пустоты и отсутствия общности. Это движение социальной альтернативы было основано на коллективных ценностях. Постепенно оно политизировалось» [Там же].

1968 г. изменил мир: демократизировал отношения, церемонии, поведение, одежду, введя моду на всемирную джинсовую униформу). Нормой стало отрицание капитализма и буржуазности, критика конформизма (приспособленчества) и консьюмеризма (потребительства), «сексуальная революция». Только в США в движении хиппи участвовали от 200 до 500 тысяч молодых обеспеченных американцев, предпочевших «опустошающему комфорту потребительской жизни» совместную жизнь в коммунах. История и последствия так незаметно-велики, что исследователи утверждают: *«активисты 68-го создали новый мир»*. В художественной культуре после пертурбаций утвердилось искусство-документ – non fiction вместо fiction (выдуманного). Вместо сценарированной «ландшафтной архитектуры» – **энвайромент** (энвайромент, искусство среды, в том числе с участием человека), **хеппенинги** (спонтанные действия) и **перформансы** (действия по сценарию). Действия взамен «произведения», социальность – вместо индивидуализма, правда – вместо искусственности, событийность вместо любования.

«После 1968 года все перевернулось. Отсюда и сегодняшнее увлечение фитнесом, и резкое сокращение числа курильщиков, особенно в верхних слоях общества, и падение спроса на крепкие спиртные напитки, и мода на минеральную воду. Отсюда и революция в женской косметике – она перестала маскировать морщины, она стала их «сокращать». Да и сама косметика перестала быть заметной».

Авторы исследования отмечают, что 1968 г. имел близкие и отдалённые непредсказуемые последствия: основание компании **«Intel»**, «которая технологическими средствами начала другую «демократическую» революцию: компьютеры, которые были «крутой» научной и военной техникой, постепенно начали становиться массовыми бытовыми приборами»; разработку операционной системы **«UNIX»**, на основе которой будут созданы массовые продукты **«Microsoft»**; создание двумя «хиппующими студентами» Стивом Джобсом и Стивом Возняком феномена и производства **«Apple Macintosh»**, ставшей одной из первых «сетевых организаций» и сегодня наиболее капитализованной компанией мира. То же – случай с Интернетом: *«ведь это проделка младших научных сотрудников на службе американского ВПК: они просто начали играть друг с другом в компьютерные игры – развлекались в рабочее время»*, хотя история инета на деле более чем непрозрачна.

Передовые мастера искусств отказывались от коммерческих проектов в пользу инициативных «проектов для общества». Изменили ценности и проблематика творчества. В это время Э. Соттсасс проектирует интерьеры в духе **«бедного искусства»**, «неформальную керамику». **Инго Маурер** в 1966 г. создаёт световое бюро и проектирует настольную лампу **«Bulb»** (Колба) и лампу-галлюцинацию **«Culp»** (1966), вантово-стержневой светильник **«Light Structure»** (1970); Марио Беллини – дом на колёсах для хиппи и странствующих комедиантов **«Кар-а-сутра»** и т.д.

Инновацией этого периода и уникальным феноменом стал радикальный дизайн (антидизайн), критически переосмысливающий несовершенный мир, предлагавший перепроектировать его с позиций доброты, сочувствия, игры, юмора, отсутствия подавления – с позиций человечности и сочувствия. Причем более-менее осознание протеста против существующей реальности относится к началу 1960-х гг., а оформление его в течения, манифесты и проекты – к 1965 – 1972 гг.

Центром итальянского радикализма стал архитектурный факультет Флорентийского университета, отсюда вышли создатели и философия групп **«Суперстудия»** (Superstudio, создана 4 ноября 1966) и **«Арчизум»** (Archizoom).

«1968 год был для дизайна очень важным: фактически закрылась Ульмская школа, – писал в статье в «Декоративном искусстве СССР» Владимир Паперный, – сразу же после

этого Вернер Нельс произнес запомнившиеся всем слова. «Нам нужен дизайн женского рода!» Начались манифесты. По количеству манифестов 1968 год почти достиг уровня 1913-го. Появились манифесты австрийских групп «Хаус-Рюккер», «Химмельблау» и «Цюнд-ап», американской «Энт Фарм», итальянских «Суперстудия», «Аркизум» и других. В каждой такой архитектурной или дизайнерской группе было в среднем по четыре длинноволосых человека (возможно, под влиянием группы «Битлз»), в манифестах и пояснениях к проектам эти люди писали о загрязнении среды и об индийской философии, в их проектах в большом количестве присутствовали коммуникационные и информационные системы» [Паперный В. З. Конец «антифункционализма» // Декоративное искусство СССР. – 1975. – № 6; то же: Хрестоматия по дизайну, с. 632 – 641].

[Австрийская группа «КоопхimmelБ(ла)у (CoopHimmelB(l)au)»: «Кооператив «небесная синева / стройка небес» (игра blau / bau: синева / стройка). Создан в 1968 г. Вольфом Приксом, Хельмутом Свичинским и Михаэлем Хольцером. М. Хольцер оставил команду в 1971 г., Х. Свичинский ушёл в 2001 г. Сайт: <http://www.coop-himmelblau.at/>. Согласно сайту – первый смысл исходный. Сегодня – крупная проектная группа с офисами в 4-х странах, 150 сотрудников.

Энверроументальная группа «Хаус-Рюккер» создана в 1967 г. архитекторами Лауридисом Ортнером, Гюнтером Кельпом, свободным художником Клаусом Пинтером и журналисткой К. Михельс в Вене. Создавала средовые объекты, менявшие восприятие среды, прозрачные баллоны для жизни, трансформаторы присутствия – прототипы очков дополненной реальности, в качестве протеста против запрограммированности общества. Радикальные проекты выставляла до 1980 г., сегодня, наряду с коммерческим проектированием, делает инициативные проекты. Сайт Ortner & Ortner Baukunst, Берлин: <https://www.ortner-ortner.com/de/haus-rucker-co/>

Появление возмутителей спокойствия в центре Европы, возмутителей спонтанных и негативных, отрицающих последовательную архитектуру и дизайн, привлекло часть неугомонной профессиональной публики, критиков, медийщиков. В 1971 г. возник термин «радикальная архитектура» («радикальный дизайн» или «антидизайн»). Учтём, что в Италии архитектура и дизайн нераздельны, хотя в первом случае больше имеется в виду здание, во втором – его части и начинка). Лидер «главной» протестной флорентийской группы «Суперстудия» Альберто Наталлини рассказывал: «Суперстудия» была временным движением, которое использовало традиционные инструменты архитектуры (рисунки и проекты), чтобы раскритиковать не только архитектуру и её тенденции, но и общество. «Суперстудия» использовала риторические средства: метафоры и аллегории, инструменты иронии и воображения, с помощью «нет» маневрирующие в человеческом пространстве земли между искусством и архитектурой, чтобы осуществлять попытки набегов в политику, социологию и философию. Поэтому это был реальный авангард, в военном значении слова «авангард»: группа, которая продвигается, разрушая обороноспособность врага, жертвуя собой, чтобы очистить путь к остальной части армии.

Мы попытались разрушить существующую систему, чтобы пробиться к учреждению новой системы, свободной от разделений, культурного колониализма, насилия и защиты прав потребителей... Проекты, включая «Непрерывный памятник» и «Двенадцать идеальных городов», использовали идею отрицательной Утопии» [Byvanck, Valentijn. Superstudio: The Middelburg Lectures. – Amsterdam: De Vleeshal and Zeeuws Museum, 2005, p. 25]

Обратим внимание, что в завлени Наталлини речь идет об «использовании традиционных инструментов архитектуры», а объектом протеста служит вся реальность, в том числе политика, социальная и культурная сферы. Отсюда и термины: антиархитектура, антидизайн. Духовным примером для «Суперстудии» и «Аркизум» был Этторе Соттсасс, вспомним его декларацию: «Я замкнул в свинцовом мавзолее символы благосостояния. ... Мне бы только хотелось уметь не заражаться ими. Может быть, достаточно изменить их расположение, их синтаксический порядок; может быть, изменив их порядок, я сумею жить вместе с ними, пользоваться ими, не испытывая на себе их гнета».

В июле-августе 1970 г. «Арчизум» опубликовала в журнале «Казабелла» «Безостановочный город» («Нон-стоп сити», No-Stop City) с объяснением: «Городской конвейер для общества: идеология и теория столицы». Адольфо Наталини так комментирует проект: «Нон-стоп сити» был критической утопией, моделью для того, чтобы понять явления, структурирующие город и общество. Утопия качества должна была быть заменена утопией количества. Нейтральные, искусственно освещённые и кондиционируемые планы «Нон-стоп сити», по-спортивно лишиённого безвкусовых «потрепанных» дизайнерских украшений, населённого свободно перемещающимися гипотетическими людьми, не давал предложений об альтернативной архитектуре или городском планировании. Сравнение отношений между фабричным производством и созданием города напоминали отношения между супермаркетом и потоком «идеальных» моделей: общество больше не нуждается ни в какой форме представления, так как само представляет себя» [Адольфо Наталини в: Byvanck, Valentijn. Superstudio: The Middelburg Lectures. – Amsterdam: De Vleeshal and Zeeuws Museum, 2005, p. 25 – 33. Далее цитаты из этой книги].

Наталини так объяснял эффект от «критических утопий»: «Модель полной урбанизации и двенадцати утопий использовалась в качестве интеллектуальных катализаторов в процессе освобождения от всех «архиманий». Естественно, были те, кто не мог видеть её вне метафор и, рассматривая всё, понимал: пока ещё всё другое».

И действительно, «гипотетические люди» «Нон-стоп сити» проводят нескончаемые пикники на мощёных пустых городских площадях, окаймляемых скалами и терриконами мусора, населяют тесные супермаркеты. Искусственная и естественная среда переплетены и схожи: в естественной среде – выхолощенная стерильность, в интерьерах магазинов и обиталищ небольшие вставки зелени создают ощущение неподлинности, но люди воспринимают эту подмену привычно.

Идеологическая близость «Суперстудии» и «Арчизум» привела их к совместным акциям и недолгому объединению в 1971-1972 гг. в «Global Tools» (Всемирный инструмент). Собственной площадкой был и остался радикальный максималистский журнал «Казабелла» (Casabella), редактором которого стал в 1970 г. Алессо Мендини (Alessandro Mendini), участник движения, теоретик и яркий практик проектирования.

Почему мы наряду с термином «радикальный» используем категорию «концептуальный»? С начала XX в. происходила интеллектуализация искусств. Она стала главным вектором современной художественной культуры и привела к тому, что художественная сторона всё меньше становится важной. Искусство превращалось в поиск и сочинение идей, концепций, преимущественно самобытных и инновационных, а произведение – в иллюстрацию к ним. Этот процесс в 1960-е гг. затронул и дизайн: «форма», «красота», «функция», «эргономика» играли всё более вторичную роль. На первый план выходила самобытная идея, критика общества («ненависть к современной цивилизации»), традициям, культуре, языку. Происходила политическая радикализация: мыслящие дизайнеры, архитекторы не могли стоять в стороне, когда мир двигался, как казалось, к революции и свержению капитализма с его неравенством, подавлением личности, насилием и несправедливостью. «Конформизм», «ангажированность», соглашение с несправедливостью оценивались как трусость. Творческая интеллигенция заговорила о необходимости культурных перемен, смены языка искусств и культурной парадигмы. События 1968 г. именовались «революцией», «восстанием», итальянское слово «контестация» (протест) было самым мягким. Интеллектуальные концепции начали формировать практику как бы сверху, можно сказать, тоталитарно, а не теоретически оправдывать и описывать её задним числом. Оправдание искусства становилось делом «продажных» кураторов.

Адольфо Наталини: «В то время мы нуждались в революции, чтобы покончить с установленной культурой. Сегодня, с нашими неудавшимися идеологиями, мы должны работать против крайнего либерализма и защиты прав потребителей, а также против

быстрого темпа моды и против эстетики, лишенной содержания, против культа личности и бесполезного экспериментирования».

В случае с антидизайном, антиархитектурой её создатели декларировали, что преследуют в первую очередь социально-критические цели и хотят переформатировать общество на началах свободы, красоты, сочувствия к человеку.

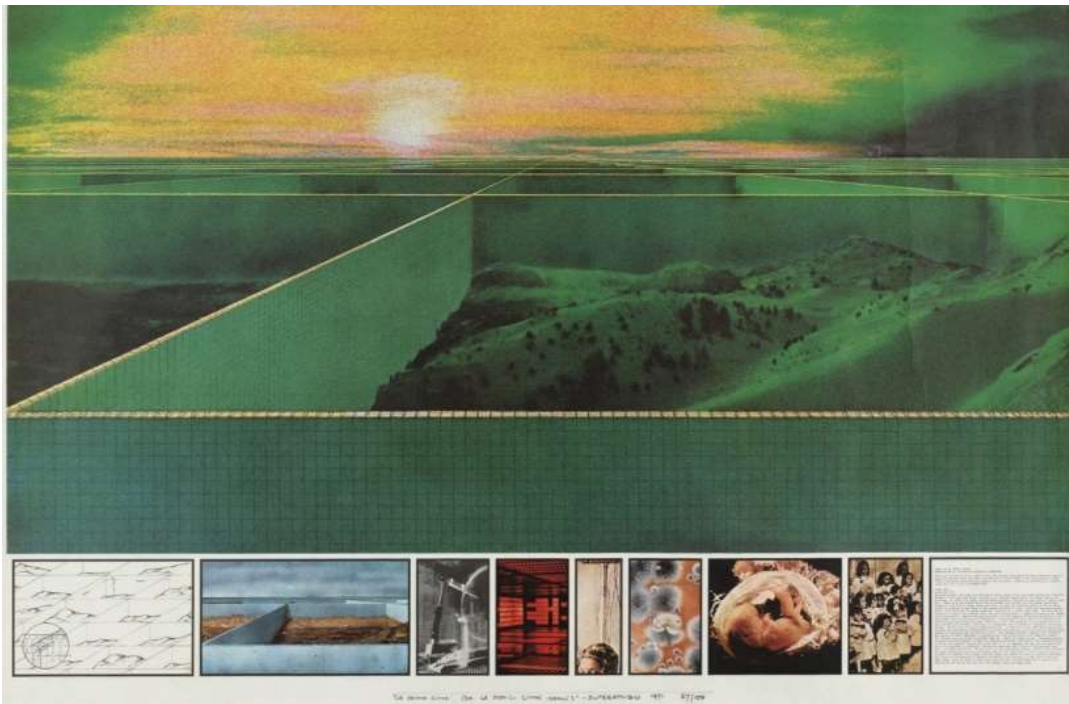
А. Наталлини: *«Книги и журналы показывают мне мир, где архитектура производит только тенденции и разнообразие без малейшего внимания к местам и людям, без потребности в чём-либо; архитектура нацелилась только на самоподтверждение, изобретая удивительное, создавая примитивные отличия и уродства».*

Если отбросить словесные виражи, решения виделись в том, чтобы уйти от проектирования для себя, для самоутверждения авторов, отказаться от пустых экспериментов, единственная цель которых – удивить. Такое проектирование аморально, поскольку, предназначенное человеку, на деле игнорирует и человека, и «жизнь», и «местные привычки». «Местные привычки», «регионализм», «локальность», «малая родина», «маргинальность» – эти понятия (почти синонимы) обсуждаются и становятся предметом проектирования. Э. Соттсасс отражает не «шедевры» современности и прошлого, а европейскую обыденность, индийскую повседневность – низовую жизнь и среду. Японец А. Иодзакэ на 14-й Венецианской триеннале в 1968 г. получает главную награду за техногенную руину («Разрушенная заново Хиросима») – прогноз близкого будущего. Кроме скепсиса относительно цивилизации, повседневность и маргинальность воспринимаются настоящими, истинными, тогда как «высокие» образцы архитектуры и дизайна (мейнстрим) обесцениваются и представляются своего рода руинами ближайшего будущего – новый социалистический реализм проектирования.

Радикальные группы пытаются установить новые правила игры (не обольщаясь результатом), которые предполагают: 1. Критику и самокритику существующей практики; 2. Необходимость провести ревизию экспериментов и понять их результаты; 3. Найти новые отношения между искусством (архитектурой) и жизнью, воссоздать новую «жизненность» – сформировать методы «жизнестроения». 4. Полученный опыт распространить, используя выставки, журналы; 5. Главное – воспитывать новых профессионалов, способных разрешать социальные, профессиональные и культурные задачи. Уже к 1978 г., «наигравшись», «Суперстудия» ушла в педагогику, в исследования и профессиональную практику.

Казалось, радикалы игнорировали прикладные аспекты, то есть реальность. В «**Непрерывном памятнике**» (1969, The Continuous Monument) «Суперстудия» моделирует бесконечный архитектурный параллелепипед, опутывающий мир – и памятники архитектуры, и старинные города с их повседневным бытом и играющими на улицах ребятишками, водоёмы и леса. Это гротескно обезличенное напоминание о выхолощенности и пустоте, претенциозному проектированию, мегаломании современного архитектурного мышления, основанного на замещении комплексов неполноценности. Он напоминает «социальное» жильё современных мегаполисов – Парижа, Рима, Москвы или Токио, выстроенное в скорбный памятник архитектуре модернизма.

Совершенно иной ход в «**Городе 2000 тонн**» (1972), который содержит два компонента – предельно достоверный проект, показывающий все аспекты проектного предложения, и тест. В проекте представлена бесконечная структура, развивающаяся на фоне романтического осеннего пейзажа безотносительно к ландшафту и рельефу местности. Структура состоит из ячеек 2х2х2 метра. Как следует из описания, это ячейки, в которых есть кресло, удовлетворяющее абсолютно все физиологические потребности, в нём человек находится от рождения до смерти. Перед креслом стена, воспроизводящая трёхмерные изображения, запахи и звуки. Мозг обитателя подключен к вычислительному центру города.



Если у жителя вдруг возникнет «странное» желание что-то изменить, информация об этом поступает в компьютер. Тот даёт команду домкратам, они опускают потолок вниз с усилием 2000 тонн. После этого кресло превращается в материнскую утробу, обитателям соседних ячеек поступает команда, они выделяют необходимое количество мужских и женских яйцеклеток и через 9 месяцев в кресле появляется новый житель города. Цикл повторяется бесконечно. Внизу разворота публикации – обращение к читателям: это тест, скажите, сколько городов вы хотели бы видеть осуществлёнными?

На указанной странице ответ:

«Если вы хотите видеть осуществлёнными больше девяти: вы глава государства, или надеетесь им стать, или очень подходите для этой роли.

Если от 8 до 9: вы элемент системы. Вы не человеческое существо, а голем.

Если от 3 до 6: вы – раб... Вы убили свои сомнения, чтобы не быть убитым ими... Вы бедный скрипучий робот.

От 1 до 3: вы — человеческое существо, но, возможно, лучше бы вы им не были.

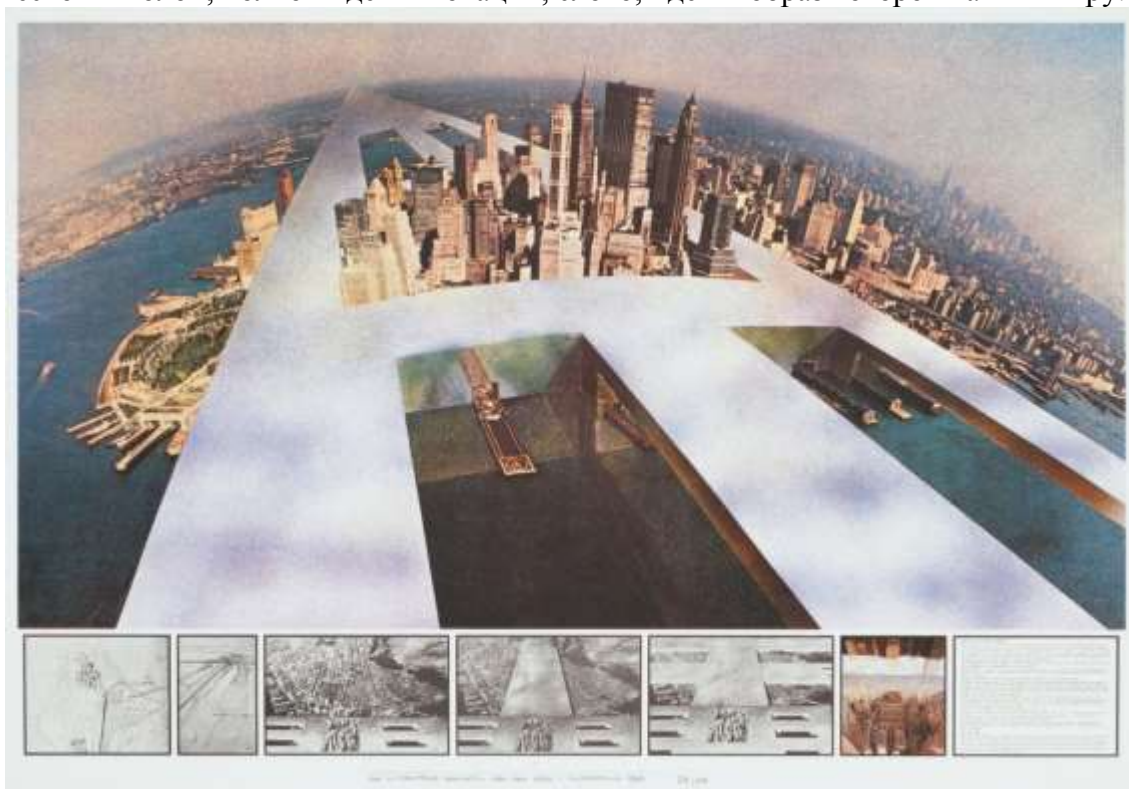
Если вы не хотите осуществления ни одного из этих городов: вы, наверное, чувствуете себя очень довольным, а зря. Вы не поняли одной простой вещи – здесь описаны наши сегодняшние города... Вы – идиот. И только если вы поняли всю игру с самого начала, у вас есть возможность спастись» [Паперный В. З. Конец «антифункционализма» // Декоративное искусство СССР. – 1975. – № 6; то же: Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 632 – 641].

«Непрерывный памятник» и «Двенадцать идеальных городов» (публикация в январе 1972 г. в «Casabella») Адольфо Наталини определил как «негативную утопию». «Город 2000 тонн» – один из «идеальных городов». Но не все проекты носили обязательно критический или негативистский характер. «Перебарщивая» с рационализмом, архитекторы-дизайнеры провоцировали у зрителей потребность в действительно идеальных городах, то есть природных и сочувственных к человеку, строящихся на идеях биогеоценоза. Тоска по «естественному» миру привела к сегодняшнему зелёному проектированию, «нулевым» или «пассивным» технологиям и наполненной жизненности новейших разработок.

«Радикалы» через несколько лет антиутопий и «футуристических катализаторов» ушли в преподавание и практику, но посеянный ими дух проектного эксперимента, социально-культурной аналитики и критики развеялся профессиональными изданиями по

белу свету. Больше всего он повлиял на молодежь, расчистив путь к проектной свободе, воображению, эксперименту и ответственному ценностному проектированию.

До этого «радикалы» сделали грамотный ход. В 1972 г. организовали в Нью-Йорке выставку «**Новый домашний ландшафт**» (New domestic landscape). На ней представлялись не только прикладные разработки, но больше ни на что не похожие проекты «Арчизум» и «Суперстудии», инициативные работы Э. Соттсасса и А. Бранци и других мыслителей архитектуры и дизайна. «Новый домашний ландшафт» ошеломил американцев и дизайнерскую общественность мира. Учитывая статус Нью-Йорка как центра искусств и экспериментов, выставка стала архитектурно-дизайнерским хитом, фото и рецензии появились во всех журналах и до сих пор мелькают в историях проектирования. Несколько последних лет к этим проектам растёт интерес, проводятся выставки, выходят книги, появляются фотографии в инете. Итальянский дизайн с этого времени утвердился наиболее творческой школой, полной идей и новаций, слово, идеи и образ которой важны миру.

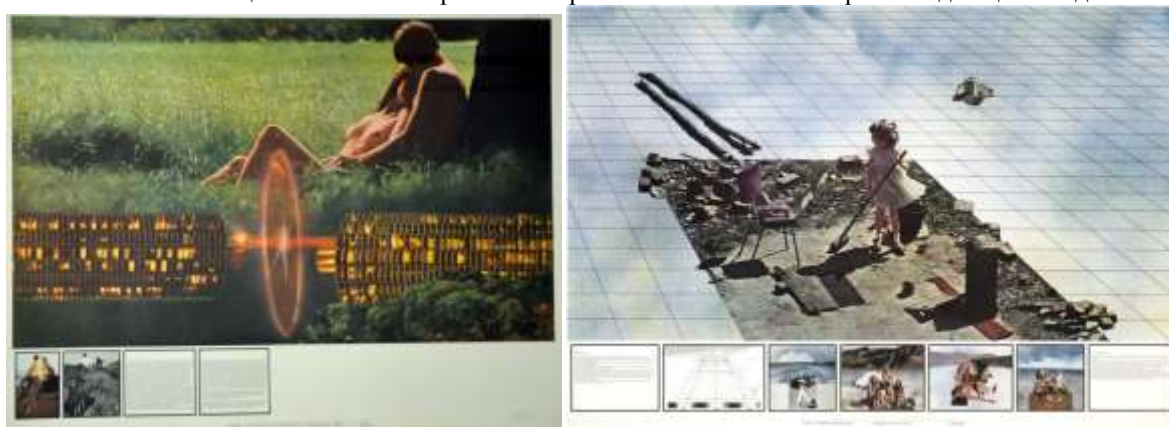


По всем изданиям прошли фотографии «**Фундаментальных церемоний**» (1971 – 1973), сделанные «Суперстудией» как цикл фильмов и проектов-иллюстраций на основные темы: «**Жизнь**» (1971, Vita), «**Образование**» (1971, Educazione), «**Церемония**» (1972, Ceremony), «**Любовь / Машина наслаждений**» (1972, Amore / La Macchina innamoratici), «**Смерть / Кладбище в Модене**» (1971 – 1973, Morte Il Cimitero di Modena). Эти разработки – квинтэссенция образов-кодов, критически представляющих пять ключевых жизненных действий. Любовь – современные Адам и Ева в раю, энергетический базис которого создают две круглых башни «**Марина Сити**» в Чикаго **Бертрана Голдберга** (1964). Смерть – столкновение идеальных проектов Возрождения и человека, оставленного один на один с технологиями, смысл работы намного шире этой фабулы. Образование – коммуникация младенца и старика, который воплощает опыт цивилизации, но не обязательно может пригодиться новому поколению. Впрочем, есть над чем поразмышлять. Церемония – некое отвратительное безобразное существо, видимо, результат регресса человека, подчинённого ритуалам уродливых правил. Жизнь: ребёнок разгребаёт островок мусора в облачном пространстве, ниже – фриз с изображением веселящихся компаний молодых людей на

пустынных пятачках площадей, окружённых не то терриконами мусора, не то естественными горами.



Основопологающие акты. 1971. Проект 1. Образование. 1971-73. Смерть. Кладбище в Модене



Основопологающие акты. Слева – «Любовь». Справа – «Жизнь»

Все работы сложно свести к фабулам. По форме они похожи на проекты или проектную графику. Работы задают вопросы, ответов на которые нет, и содержат подтексты. Соединяя узнаваемую современность и фантастику, дизайнеры сгущают проблемы, обозначают конфликты с открытыми и бесконечными выводами.

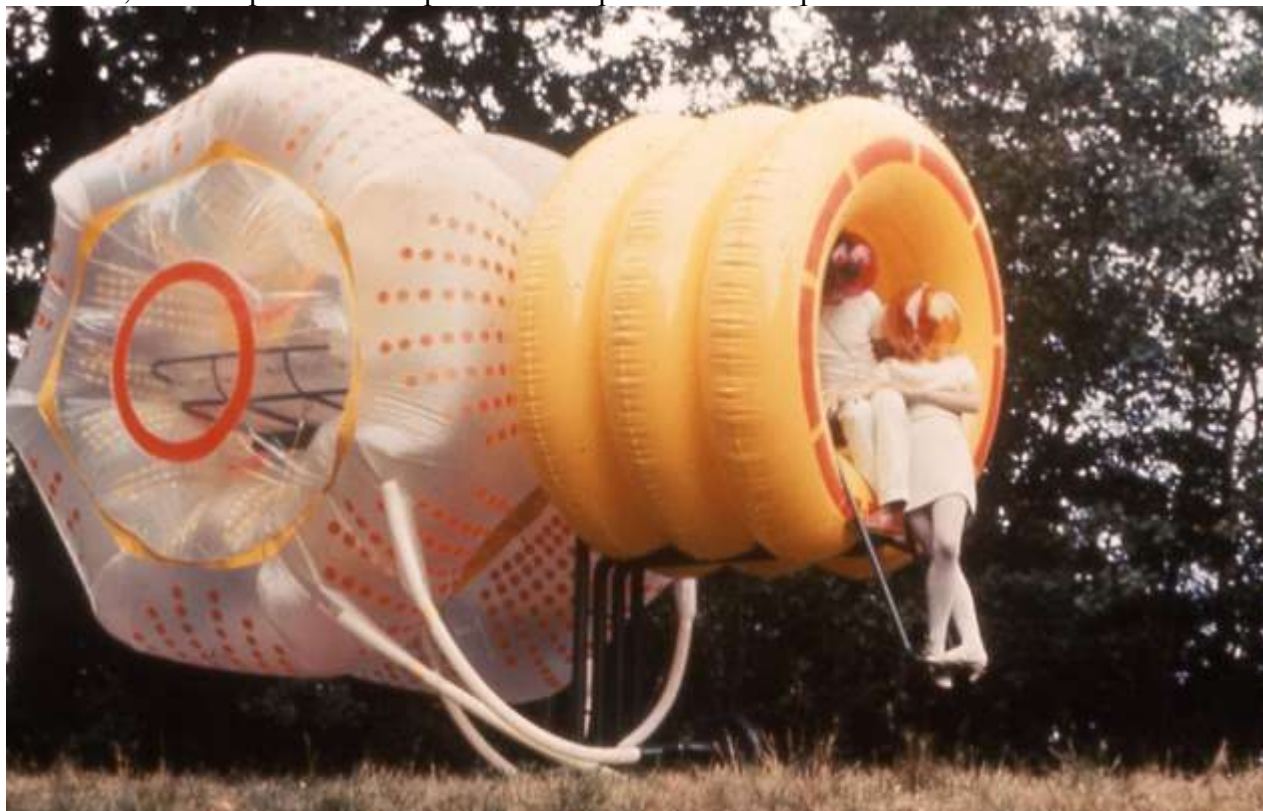
Только радикал мог написать: *«Улисс привязал себя к мачте судна, чтобы не соблазняться песней Сирен, но я не сделал этого, и при этом не затыкал уши воском как его моряки. Каждый день я слышу очаровательные скандирования журналов, а также полных энтузиазма и страсти моих студентов и партнеров. Я полностью осведомлён, что отклонение в сторону современного экспериментирования исключает меня из борьбы за успех (и известность). Но я полагаю, что существуют более высокие ценности, чем обещаемые свежей тенденцией. Те ценности находятся в достойном гражданском городе, который в состоянии преобразовать себя, не теряя собственного наследия красоты и человечности, сохраняя ценности форм архитектуры, спокойствие и твердые основания, которые могут гарантировать и защитить нас от сезонов и людей»* (Адоल्фо Наталини).

Мастера эксперимента не шли общим строем, они доводили до абсурда его шаблоны. В коллажных инсталляциях перемежались современность с прогулками «добрые старые времена», а подавался их союз в гипотезах сверхурбанизированного будущего. Кресло «Мис» («Арчизум») спроектировано в форме кристалла, чистого и элегантного, как и работы самого Миса ван дер Роэ. В кресло необходимо было опрокидываться навзничь, что противоречит природным рефлексам. Предполагалось, что смельчака подхватит эластичная ткань и подушка в изголовье.

При кажущейся фантазмагоричности, работы «радикалов» доводили до неприемлемых крайностей идеи урбанизма, безостановочное потребление, лишённое узды

и ответственности. *«Единственная авангардистская позиция сегодня должна пытаться вновь подтвердить уникальность каждого отдельного места, потребности, надежды и памяти о тех, кто был здесь перед нами. Не надо больше поисков бесполезной новизны, но необходимо возвращение к нашему происхождению. Моя работа стремится к бесконечной нормальности. Я хотел бы исчезнуть в моих зданиях. Я желал бы, чтобы эти здания исчезли в своём городском контексте и стали пейзажем, в котором возможно жить мирно»* (Наталини).

Радикальные проектировщики разных стран создавали **«Трансформаторы присутствия»** (1968, Environment-Transformer) или **«Жёлтое пульсирующее сердце для двоих»** (1968, Das gelbe Herz) австрийской группы **«Хаус Рюккер»**. Критическим социально-политическим пафосом и неприязнью к буржуазности проникнуты поиски венской группы **«КоопХиммельБ(л)ау»**. Сегодня это крупные предприятия. Проекты 1960-х гг., напоминают космические формы-фантазии вроде прозрачной сферы для жизни над поверхностью земли **«Облака»** (1968, Wolke) или проект похожего на межпланетную станцию жилья **«Villa Rosa»** (1968). Квадратно-гнездовая практика «стройтрестов» (выражение М.М. Гардубея) вызывает критику и отрицание. Что взамен? Стирание границы между внутренней средой и внешней. Но главное – подчинить архитектуру психофизике человека, его генеральным потребностям в развитии и творчестве.



Трудно сказать, какое из событий 1968 г. важнее: захлебнувшиеся революции, ужасная война США во Вьетнаме, футуристичный фильм-антиутопия **Стэнли Кубрика «2001: Космическая одиссея»** или напряжённый поиск новых моделей бытия? Кто-то из киношников в то время снимает только документальные фильмы (никакие фантазии не сравнимы с Вьетнамом, страданиями жителей и преступлениями американских военных). Кто-то отрицает литературу, потому что она заражена «буржуазными кодами» и, напротив, признает только документ или абстрактную звукопись, как когда-то В. Кандинский по тем же мотивам обратился к абстракции. Немного позже «последний классик» немецкой литературы **Генрих Бёлль** создаёт историю Германии XX века в виде нескольких бытовых историй, представленных как документальное расследование («Групповой портрет с дамой», Нобелевская премия по литературе).

Тексты, манифесты, декларации, политические заявления становятся интереснее, чем устаревающие вещи. «*Мы реагируем на жизнь, а не на архитектуру*», — заявляют создатели кооператива «*CoorhimmelB(l)au, – это прежде всего идея делать архитектуру с лёгкой фантазией и изменчивой как облака*» (1968). Ещё их же декларация: «*Наша архитектура не имеет физического плана, вместо него – психологический. Больше нет стены. Наши помещения – это пульсирующие баллоны. Наше биение сердца станет лицом бытия пространства, главным фасадом*» (1968). Позже, в период пика концептуализма (неоавангарда, антидизайна, радикального дизайна): «*Не мы должны изменяться, чтобы жить в обществе, а общество должно изменяться таким образом, чтобы мы могли жить в нем. Так сказал Руди Дучке. Не мы должны изменяться, чтобы жить в архитектуре, а архитектура должна реагировать на наши стремления, наше чувство, наше настроение, нашу эмоцию, чтобы мы хотели в ней жить. Так мы говорим*» (1970). [Руди Дучке (1940 – 1979) – знаменитый немецкий марксист-революционер, один из лидеров революции 1960-х – 1970-х гг. Был лидером движения против войны во Вьетнаме. Критик капитализма и политического разделения мира: «Иисус Христос указывает всем людям путь в себя – это завоевание внутренней свободы для меня неотделимо от завоевания высшей степени внешней свободы, к которой нужно стремиться с не меньшей, а то и большей силой»]

В текстах и работах Соор виден поиск поэтики. С ней они и перейдут в следующую эпоху, проектируя «**Чердак в Вене**» на Фолькерштрассе (1983/1987-88), опустившийся на крышу старого здания обломок космического тела, «**Мастерскую художника**», где главным становится прозрачный второй этаж, экспозицию **Музея в Гронингене**, поднятую над полом выставочного зала и заставляющую физиологически, на уровне рефлексов, осознать себя в пространстве и времени.

Адоल्фо Наталини: «...текущая ситуация – невыносимое государство, в котором управляет глобализация. Существующая архитектура – архитектура глобализации, которая точно такая же во всём мире. Повсюду в мире мы видим те же самые ужасные вещи, распространяющие индивидуальности, глупости, ошибки и безнравственность. Это – архитектура без любых потребностей, без любых отношений к месту, к социально-бытовым условиям, к желаниям и настоящим надеждам людей. Глобализация – сегодняшняя утопия. Мы предлагаем альтернативную утопию, основывая нашу архитектуру на местных фактах, на реальных потребностях, на первобытной потребности в красоте. В настоящее время трудно говорить о красоте и действительности...» [Byvanck, p. 77.]

СОВЕТСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

С конца 1940-х гг. усилиями энтузиастов начинается второй приход россиян в дизайн. В направлении дизайна двигались промышленники, прежде всего те, которые работали на предприятиях, выпускавших товары для быта – представители так называемой легкой промышленности. Раскачка длилась все 1940-е – 1950-е гг. Образовывались отдельные проектные группы — при ведомствах и предприятиях. Складывался круг людей, готовых к решительным шагам на государственном уровне.

Было бы странно говорить о дизайне времен Великой Отечественной войны. Но уже в 1943 г. началась разработка автомобиля ГАЗ М 20 «Победа», ставшая культовой [подробнее: URL: <http://modeli-gaz.ru/>]

Задание на проектирование было поставлено главным конструктором ГАЗа **Андреем Александровичем Липгартом** (1898, Москва –1980, Москва) в первых числах февраля 1943 года и велось до 1945 ведущим конструктором **Юрием Сорочкиным** и конструктором-кузовщиком **Вениамин Самойлов**, дизайнер. Выпуск начался в 1946 г. и вёлся до 1958 г. Первое название «Родина» сменилось в итоге на «Победу», что естественно для итогов Великой Отечественной войны. Есть байка: И.В. Сталин на

название автомобиля «Родина» отреагировал вопросом: «За сколько будем продавать «Родину»? после чего первое название отпало как бы само собой. На проекте сэкономили (например, не было обогрева салона), были и другие проблемы. Удивительно, что разорённая тяжелейшей войной страна задумывалась о мирном будущем и решала задачу создания массового автомобиля.

В 1949 г. была проведена глубокая модернизация машины, ликвидировавшая выявленные недостатки вроде детонации двигателя, малой тяги, запыления кабины, недостатки в конструкции коробки передач. В том же году создатели были удостоены Государственной премии (называлась «сталинской»). «Победа» модернизировалась и дальше, что естественно. Для своего времени автомобиль был футуристичным, и до сих пор воспринимается как элегантный и самобытный, сегодня восстановленные или модернизированные «Победы» – дорогие коллекционные машины.

Салон был объёмней и комфортабельней предшественницы – «Эмки» М1. Кроме запоминающегося кузова (выпускался в 5 – 6 модификациях, основные – фастбэк и кабриолет) у М20 было ещё одно достоинство: вместительность (5 расчётных пассажиров, на переднем сиденье могло помещаться в критическом варианте 3 человека). Новинкой были обдув ветрового стекла, электрические указатели поворотов и стоп-сигналы, два электростеклоочистителя, гидравлический привод тормозов и независимая подвеска передних колес. Благодаря аэродинамике и размещению веса равномерно между осями (51% задняя и 49% передняя) «Победа» имела хорошую управляемость и минимальную тряску. Появился небольшой багажник. Эксперты отмечают хорошую аэродинамику даже по нынешним критериям (машина не «продувалась» в аэродинамической трубе, данные о коэффициенте аэродинамического сопротивления разнятся – от 0,31 и 0,34 до 0,44; сегодня у серийных машин от 0,32 до 0,38). На трассе обеспечивался низкий расход топлива – до 10 л. / 100 км при 4-цилиндровом движке собственной разработки (из двух вариантов 4- и 6-цилиндровых двигателей вождь выбрал менее мощный и более бюджетный). Компоновка была переднемоторная, заднеприводная.

Российский автодизайнер, заведующий кафедрой Строгановки **Никита Евгеньевич Розанов** так характеризовал «Победу»: *«Эта модель оказалась поистине новаторской. Впервые в СССР был освоен цельностальной несущий кузов, впервые форма подчинялась «понтонной» схеме, впервые была изготовлена деревянная полноразмерная модель формы и впервые плазовые чертежи поверхности корректировались средствами графоластики. Имя, кстати, у советского автомобиля тоже появилось впервые, до этого новые модели получали лишь порядковый номер или цифровую комбинацию.*

... Никто из производителей того времени, скорее всего по причинам слишком большого коммерческого риска, не отважился первым начать серийный выпуск автомобилей такой формы. Любопытно, что экспериментальные работы в этом направлении велись сравнительно давно. Например, в 30-40-е годы образцы автомобилей с кузовами типа «понтон» (форма перевернутой плоскодонки) строят французский Voisin и итальянское ателье Pinin Farina. В серийном производстве ближе всего к материализации этих идей подошли американцы. Автомобили Ford, Studebaker, Buick последних предвоенных лет всем своим видом демонстрировали намерение стилистов в ближайшее время покончить с выступающими подножками, фарами, крыльями и запасными колесами.

К чести разработчиков «Победы» необходимо отметить, что им удалось найти свой ярко выраженный стиль. Творить в русле явной тенденции да ещё мирового уровня и при этом избежать штампов и повторов всегда непросто. Тем более, что конструкция внутренних панелей и пола «Победы» была заимствована у Opel Kapitän, а двухобъёмный кузов по своей форме оказался близок к «базовым телам», разработанным в 30-е годы немецкими исследователями аэродинамики. Некоторые из «тел» уже послужили основой формы для таких автомобилей, как, например, чешская Tatra 87».

Принимал «Победу», а впоследствии присматривал за модернизацией И.В. Сталин, которому машина первоначально не понравилась. Но А.А. Липгарт смог убедить в достоинствах модели. Липгарт был сторонником меньшего копирования американских прототипов и поиска собственных решений. Часть машин предполагалось продавать населению, поэтому экономичность, цена выходили на первый план. Гражданам преимущественно предназначались кабриолеты с тентовым верхом, что по российскому климату было спорно. Всего выпущено по разным данным от 235 999 до 241 497 машин, в том числе 14 222 кабриолетов и 37 492 такси. С 1951 г. производство «Побед» было развернуто в Польше, где машина именовалась «Варшава» и был изменен дизайн. «Варшава» выпускалась и жила своей жизнью, завод для российской модели строился с 1948 г. На нём было выпущено 254 472 автомобиля.

«Победа» почти сразу стала звездой фильма «Весна», в кино владелицей автомобиля была героиня фильма – учёный из Института солнца Ирина Никитина. С «Победы» начинается личный автотранспорт в СССР. **Самуил Яковлевич Маршак** иронизировал о складывающемся расслоении и авто-иерархии в басне «**Меры веса**» (1954):

«Писательский вес по машинам | Они измеряли в беседе: | Гений – на ЗИЛе длинном, | Просто талант – на "Победе". | А кто не сумел достичь | В искусстве особых успехов, | Покупает машину "Москвич" | Или ходит пешком. Как Чехов».

На базе «Победы» путем глубокой модернизации был создан представительский «**ЗИМ**» или «**ГАЗ-12**», выпускался с 1949 по 1960 гг.; конструктор А.А. Липгарт, дизайнер **Лев Михайлович Еремеев**.

[Лев Михайлович Еремеев (род. 1907 – дата смерти неизвестна) называется в разных источниках «скульптор», «художник». Он был одним из первых дизайнеров: главный дизайнер автомобилей «Волга», «ЗИМ ГАЗ-12». Дизайнеры, работавшие под его началом, впоследствии разрабатывали самостоятельные модели, как, например, Б.Б. Лебедев – создатель еще одной культовой машины «ГАЗ-13 Чайка» и др.]

ГАЗ-12 начинался с удлинения базы «Победы» на 50 см. Появилась гидромурфта, позволявшая автомобилю стартовать с любой передачи и обеспечивавшая плавность хода. Новая коробка передач с рычагом на рулевой колонке по американской моде и др. была таким дизайнерским шиком. Тщательности дизайна впервые придавалось такое значение, что А.А. Липгарт «переехал» к дизайнерам и многие вопросы обсуждались совместно и синхронно. Инноваций появилось много: у ГАЗ-12 был элегантно и роскошно сделанный салон, в котором использовалось сукно разных цветов: *«серого, бежевого, нежно-зелёного, лилового; пластик «под слоновую кость».* Все металлические части были отделаны декоративным покрытием, вполне реалистично имитирующим лакированные деревянные панели. Обилие хромированных элементов и блестящего светлого пластика «под слоновую кость» придавало салону положенную автомобилю этого класса атмосферу роскоши, а отделка «под дерево», плотные ковры на полу и обивочные ткани – домашний уют, однако вариантов с отделкой более высокого класса ЗИМу определённо не хватало.

Стандартным был трёхдиапазонный радиоприёмник с высокой для того времени чувствительностью (шестилампный супергетеродин). Однако он имел и недостатки – большое потребление электроэнергии. Пользование приемником в течение 2-3 часов при неработающем моторе приводило к полному разряду батареи (собственно, характерный недостаток всех ламповых автомобильных приёмников). Сидение водителя (диван) было жёстко закреплено на месте и опиралось на поперечины кузова, дополнительно его укреплявшие – настоящей перегородки в кузове не было, что не позволяет назвать его лимузином. Места за рулём было не очень много. Зато пассажирское отделение было весьма просторным – сравнимо по простору с лимузином высшего класса ЗИС-110 и содержало посадочные места для пяти человек – трое на заднем диване, двое на откидных сидениях – «страпонтенах», убиравшихся в спинку переднего сидения. Такси и «скорые помощи» имели, как правило, упрощенную отделку с окраской металлических панелей в

цвет кузова и дерматиновой обивкой, на большую часть машин-такси устанавливался таксометр.

Высокий потолок и большая ширина делали салон ЗИМа очень вместительным, просторным и комфортабельным. Особенно удобным было заднее сидение, рассчитанное на удобную, свободную посадку троих пассажиров. Задние двери открывались по ходу движения, что в сочетании с высокими дверными проёмами и задним диваном, практически полностью вынесенным назад за дверные проёмы, делало вход и выход пассажиров весьма удобным.

Интерьер автомобиля имел многие роскошные, по меркам тех лет, элементы – отопление и вентиляцию задней части салона в дополнение к передней, с отдельным вентилятором, реостат которого находился сзади же, для удобства пассажиров; широкие подлокотники для задних пассажиров, четыре пепельницы, мягкие поручни в спинке заднего дивана и по бокам, дополнительную подсветку, отдельный прикуриватель в пассажирском отделении и так далее.

В отличие от ножного механического включения стартера на «Победе» кнопка-толкатель которого располагалась над педалью газа, на ГАЗ-12 двигатель заводился электрическим приводом – от кнопки, расположенной слева на панели приборов» [<http://ru.wikipedia.org/>].

Основной цвет машины чёрный (реже – зелёный и белый); такси были серыми, автомобили скорой помощи – светло-бежевые. Для экспорта, например, в Китай, поставлялись синие ЗИМы, в европейские страны – белые, вишневые и светло-серые, а также двуцветные. Всего было выпущено 21 527 этих по-своему красивых, но во многом американизированных машин, похожих на модели «Cadillac». Здесь сказались отсутствие опыта в проектировании больших официозных машин. Форма автомобиля была мягкой, скульптурной и ясной, как по объёмной структуре, так и в деталях: более ясной, чем американские сестрички. Машина использовалась на госслужбе, в медицине и перевозила пассажиров. Была также в свободной продаже по цене около 40 тыс. неденоминированных рублей (4 тыс. советских или 2 млн нынешних), из-за чего её покупала только высшая научно-творческая элита, которую вождь хорошо подкармливал. «Победа» стоила 16 тыс. руб. (800 тыс. нынешних), «Москвич» – 9 тыс. при средней зарплате в стране немногим более 600 руб. в 1955 г. (в госвласти чуть более 700 руб.). Зарплата вождя, покинувшего страну в 1953 г., была стабильно 10 тыс. руб. (1 тыс. деноминированных советских).

История создания культовых автомобилей чрезвычайно интересна: время, когда они создавались, и обстоятельства, и ситуации. Не случайно, в сети огромное число материалов, в том числе с ретрокарами и рестайлингами наших автомобилей. Есть очень эффектные, впечатляющие неокары, свидетельствующие о неизбывной любви соотечественников к своему прошлому. Можно понять: автомобилей было мало, они воспринимались скорее эстетически, большинством людей как недостижимая мечта. Отсюда и трепетное отношение их создателей к каждой модели. Потенциальные пользователи персонифицируют железных коней с живыми существами, тем более люди тех лет богаче воображением, чем нынешние. Одушевление и обожание машин непреходяще.

В конце 1950-х – начале 1960-х гг. критическая масса инициаторов определила создание государственной службы дизайна. После расформирования ВХУТЕМАСа и смены вектора культуры дизайнеры никуда не исчезли. Они растворились в различных сферах промышленности, освоили язык декораций, востребованный с тридцатых годов. Выпускник ВХУТЕМАСа **Юрий Аронович Долматовский** (1913, Москва – 1999, Москва) занимался автодизайном в НАМИ. Он автор ярких проектов, один из инициаторов автодизайна и учитель отечественных проектировщиков. Его ученик **Валентин Николаевич Ростков** (1907 – 1987) создавал представительские автомобили **ЗИС-101, ЗИС-102, ЗИС-103**, малолитражки **КИМ-10**; автобусы **ЗИС-Люкс**, грузовые автомобили **ЗИС-5, ЗИС-16, ЗИС-17**. Другое дело, что в культуре тех лет, культуре «фасадной» и творцы, и общество

предпочитали изобразительные, художественно-образные подходы. В период господства стиля ар-деко, длившегося с 1930-х до середины 1950-х гг., преобладали классическая тектоника, симметрическая композиция, аналоговые подходы и т.п. Ценились выразительность и «аэродинамика», по канонам реализма соответствовавшие образу скорости, динамики.

Дизайн автомобилей (учтём, что автомобильный дизайн не считается всеми дизайном – скорее стайлингом) определялся развитием двигателестроения, аэродинамики, эргономики, платёжеспособностью населения, волнениями вкусов. В США в автодизайне доминировала аэродинамическая стилистика, ценимая потребителями как эманация будущего, как сегодня её роль выполняют гаджеты – «предвозвестники завтра» в нашем дне. Радиоприёмники, радиолы (гибрид приемника и проигрывателя дисков) композиционно походили на античный храм, без фронтона, но с симметричной композицией, обязательным цоколем низа и карнизом сверху, иногда с боковыми пилястрами. Автомобиль как коммерческий продукт – один из самых лживых и бутафорских продуктов, наверное, потому что «повозка» обозначает место человека в социальной табели о рангах больше, чем приборы. Даже в Советском Союзе с его декларативным равноправием к созданию автомобилей художники привлекались раньше, чем к созданию других продуктов, как бы их ни называли: художниками, кузовщиками, скульпторами или архитекторами.

Феноменальный интерес вызвала «Волга ГАЗ 21», спроектированная в 1953 – 1955 годах и пришедшая на смену «Победе». Популярность «Волги-21» до сих пор такова, что она остается одним из самых ценных и дорогих ретромобилей, а число вариантов её рестайлинга огромно. Серийный выпуск «Волги» начался 1 октября 1956 г. В продаже машина находилась с 1 марта 1957 г. (после «Победы» появилась свободная покупка-продажа автомобилей, что свидетельствовало о нормализации экономики, хозяйства и быта).



Создателями «Волги» были ведущий конструктор **Владимир Сергеевич Соловьев**, инженер **Александр Михайлович Невзоров**, дизайнер (скульптор) Лев Михайлович Еремеев и «художник» **Борис Борисович Лебедев** (А.А. Липгарт уже не работал, его отправили в 1952 г. на Уральский автозавод, позже он уехал в Москву, где заведовал кафедрой автомобилей МВТУ). Стремительные формы автомобиля точно выражали время: страна выходила на динамическую траекторию научно-технической и общественной модернизации. Всё стремительно менялось – науки, искусства, урбанистика, промышленность. Работа над автомобилем была совсем не лёгкой, даже военачальник **Г.К. Жуков** поучаствовал в обсуждении дизайна. «Волга» воплощала образ стремительности и красоты техники.

1950-е гг. – «советское экономическое чудо», «десятилетие триумфа русской экономики», когда у страны были самые высокие темпы развития (244% за 10 лет), самые высокие расходы на науку (5% ВВП) и образование. Власти СССР, глава страны **Н.С. Хрущев** ставили задачу поднять уровень жизни людей, в том числе наполнить быт

высокотехнологичными приборами. В стране развернулась научно-техническая революция. 4 октября 1957 г. был запущен первый спутник Земли, а следом осуществлена серия запусков, завершившаяся полётом первого в мире космонавта **Юрия Алексеевича Гагарина** (12 апреля 1961 г.). Первые в мире атомная станция в Обнинске, первый лазер (1954) и Нобелевская премия, атомный ледокол «Ленин» (1957), космическая многоцветная ракета (1958), лунные спутники, например, «Луна-3» (1958), передавший на Землю фотоснимки обратной стороны Луны; энергичное развитие фундаментальной науки (термоядерный синтез, сверхпроводимость, квантовая физика – 6 нобелевских лауреатов за десятилетие, а также примерно четверть всех учёных мира при 5% населения Земли).

На регулярные линии вышел первый в мире реактивный пассажирский самолет «ТУ-104». Серийный самолет 5 ноября 1955 г. сошёл со ступеней Харьковского авиазавода, а в 1956 г. он «встал на крыло» на первом регулярном маршруте Москва – Омск – Иркутск (7,5 часов). До 1958 г. ТУ-104 будет единственным в мире пассажирским реактивным самолетом на регулярных линиях, летая в Лондон, Будапешт, Копенгаген, Ленинград, Пекин, Брюссель, Оттаву, Дели и другие города. В 1956 г. Хрущев сделал эффектный жест, прилетев в Лондон сразу с тремя диковинами – реактивными ТУ-104. Технологические прорывы и быстрое развитие страны встревожили «друзей СССР». Япония и Финляндия начали копировать образовательную систему, страны мира спешили найти ресурсы на науку и образование.

Страна менялась, вроде бы незаметно, но радикально. Она становилась городской по преимуществу. Началось массовое жилищное строительство. Бурно развивалась социально-культурная сфера: открывались вузы, театры, филармонии; строились целые города: инфраструктура современной России начиналась тогда, в 1950-е – 1960-е гг. В жизнь входили телевизоры, телефоны, холодильники, пылесосы – приборы, без которых современная жизнь непредставима.

Автомобиль «Волга» стал одним из символов новой жизни и быта. Он был надёжным идентификатором крепнущего чиновничества и творческой элиты, символом социального статуса, но одновременно и образом современной красоты. Вслед за «Победой» машина экспортировалась в Бельгию, Великобританию, Финляндию и другие страны. Существовали небольшие предприятия по сборке и рестайлингу (в Бельгии, к примеру). Автокороль **Генри Форд II**, осматривая машину, оценил её как чрезвычайно красивую, в чём мы можем убедиться при сравнении с современными ей автомобилями такого класса. «Волга» была массовой машиной, чрезвычайно популярной; имела много вариантов отделки, модификаций. Всего было выпущено 639 тысяч 478 экземпляров, больше всех других предшественниц, вместе взятых (1956 – 1970 гг.)

И сегодня «Волга» – главный объект тюнинга, рестайлинга, реставрации. Поисквики выдают около 140 тысяч фотографий. Многие чрезвычайно интересны, сохраняют основные приметы исходной модели и исправляют её недостатки (припухлость капота и багажника), добавляют современную стилистику, новые отделочные материалы (заменяется пластмасса «под слоновую кость»). «Культовый» на то и культовый, чтобы продолжать жизнь в переменах, тем более, что автотюнинг и рестайлинг – полноправные разделы штучного авторского автодизайна.

В 1950-е гг. дизайн существовал внутри декоративных искусств и архитектуры, интегрировался с живописью и графикой. Он мало изучен, хотя интерес к нему велик, о чём сигнализирует растущий поток публикаций. В декабре 1945 г. создано «**Архитектурно-художественного бюро**» Министерства транспортного машиностроения (существовало в 1945 – 1956 гг., с 1956 г. как ЦКБ №12 Минсудпрома). Инициатором был **Юрий Борисович Соловьев** (12.01.1920, Кострома – 7.10.2013, Москва), уже имевший оформительский и проектный опыт. Подробности становления «второго дизайна» описаны в его книге «**Моя жизнь в дизайне**» [Соловьев Ю.Б. Моя жизнь в дизайне. – М.: Союз дизайнеров России, 2004. – 254 с.: ил.]

Юрий Борисович закончил полиграфический, а позже Московский архитектурный институты. С созданием АХБ начался поиск дизайнерских способов и форм проектирования автобусов и троллейбусов, судов, яхт и катеров; пассажирских вагонов и много другого. Начали складываться контакты с дизайнерами мира, в первую очередь с американскими и немецкими. Наиболее близкой и доступной была, очевидно, функционалистская баухаузовская версия проектирования. Тем более, что **Баухауз** был восточногерманской затеей и располагался на территории ГДР, как в веймарский, так и дессауский периоды.

В 1957 г. начал выходить журнал «**Декоративное искусство СССР**», писавший и о художественно-проектной культуре, редактором стал художник **Михаил Филиппович Ладур**.

[Михаил Филиппович Ладур (с. Васильевка Полтавской обл., 1903 – 1976, Москва) был практиком и теоретиком дизайна, театральным художником и художником-оформителем, как в то время говорили, авторитетным мастером, спроектировавшим первый советский карнавал в ЦПКиО и знаменитые физкультурные парады 1938 – 1940, 1945 – 1949 гг. В 1947 – 1973 гг. руководил как художник праздничным оформлением Москвы и мн. др. Часть его наследия: Ладур М.Ф. Искусство для миллионов. Заметки художника. – М.: Советский художник, 1983. - 202 с.: ил.]

М.Ф. Ладур был интересной личностью, преданной искусству в любых его видах. Он романтически относился к жизни и профессии, что позволило ему собрать вокруг журнала команду теоретиков, философов, историков искусств, производственников – авторов статей, критиков и журнальных художников. Ладур открывал выпуски колонками редактора, написанными неформально, живо, проблемно и полемически. Знающие Ладур люди говорят, что девизом его был «*красоту – в жизнь!*» Журнал при М.Ф. Ладуре организовывал смелые дискуссии, подготовившие приход и реабилитацию дизайна: «*О судьбах народного искусства в век автоматике*» (1959 – 1961), «*Может ли машина быть произведением искусства?*» (1961 – 1963), «*Быть ли орнаменту?*» (1964), «*О красоте и пользе*» (1967 – 1970). Журналу приходилось оправдываться за некоторые «преждевременные» публикации, например, о Татлине, но не пришлось отступить.

Среди делавших журнал (и дизайн) были философ и теоретик материальной культуры, инициатор и фактический редактор «ДИ» **Карл Моисеевич Кантор** (1922, Буэнос-Айрес – 2008, Москва); **Стелла Борисовна Базазьянц** (1932, критик, специалист по монументальному искусству), **Лариса Алексеевна Жадова** (о ней говорилось выше, историк дизайна), **Константин Иванович Рождественский** (1906 – 1997, ученик К.С. Малевича и экспохудожник), **Евгений Абрамович Розенблюм** (1919 – 2000, архитектор, эксподизайнер, создатель российского арт-дизайна и Сенежской студии), **Ирина Павловна Уварова** (1932, искусствовед, критик). Дизайнером журнала стал поначалу **Соломон Бенедиктович Телингатер** (1903, Тифлис – 1969, Москва, художник книги, конструктивист). Позже самобытное лицо ему придаст выпускник Московского полиграфа **Юрий Константинович Курбатов** (1931) и его коллеги. Все вместе они и многие, кто не упомянут здесь, превратили «ДИ» в основной источник информации об идеях и процессах дизайна мира и в целом художественной культуры, отечественной и зарубежной. Проводившиеся дискуссии и материалы по истории, теории и практике дизайна формировали основы методов проектирования: страна воссоздавала дизайн.

Во время визита в 1957 г. в СССР руководителя **Британского совета по дизайну** лорда **Пола Рейли**, как вспоминает Ю.Б. Соловьев, тот попросил показать ему русский дизайн. Единственное, что можно было предъявить гостю – экспозиции ВДНХ, выполненные в стилистике ар-деко. Рейли раскритиковал то, что увидел. Это стало внешним толчком для ускорения формирования государственной системы дизайна. С подачи **Юрия Евгеньевича Максарева**, инженера, организатора промышленности и просто человека, способного видеть перспективу, Соловьев подготовил проект решения правительства о создании службы дизайна.

[Юрий Евгеньевич Максарёв (28.07.1903, Порт-Артур – 11.11.1982, Москва), инженер-технолог и организатор промышленности, заместитель председателя Государственного научно-технического комитета Совета Министров СССР, председатель Комитета по делам изобретений и открытий при Совете министров СССР]

Подготовка правительственных решений – каторжное дело, хотя бы потому, что требуется согласование многих ведомств, не все из которых спешат согласовать документы, а без согласований большие решения не принимаются. Скорости продвижения в бюрократических лабиринтах отчасти помогло давнее сотрудничество Соловьева с Ю.Е. Максарёвым и личная заинтересованность того в развитии «художественного конструирования». Этот термин использовал сам Ю.Е. Максарёв, когда предложил правительственное решение. Процедуры шли долго и трудно, были сторонники, союзники и активные противники, о чём не раз рассказывал Ю.Б. Соловьев. Важное покровительство и содействие оказал уникальный управленец и учёный **Джермен Михайлович Гвишиани**, заместитель руководителя Госкомитета по науке и технике, зять премьера страны и мудрого руководителя **Алексея Николаевича Косыгина**.

[Джермен Михайлович Гвишиани (1928 – 2003) философ, социолог, теоретик и организатор промышленности. Академик АН СССР. В 1965 – 1985 годах работал в Государственном комитете СМ СССР по науке и технике; докторская диссертация «Американская теория организационного управления» (1969). Член Римского клуба. Организатор Международного института прикладного системного анализа (МИПСА, Австрия); директор института системного анализа (ВНИИСИ РАН), который был задуман как советский филиал МИПСА. В 1985 – 1986 годах заместитель председателя Госплана СССР]

Наконец 28 апреля 1962 г. А.Н. Косыгин подписал **Постановление правительства № 394** «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования». В соответствии с ним создавался **Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики – ВНИИТЭ** (термин «техническая эстетика» Соловьев позаимствовал у французов, у которых он означал «теории о красоте техники»). У ВНИИТЭ появились 10 филиалов: Азербайджанский (Баку), Армянский (Ереван), Белорусский (Минск), Вильнюсский, Дальневосточный (Хабаровск), Киевский, Ленинградский, Харьковский, Уральский (Свердловск). В них работали примерно 1700 человек. В министерствах страны появились отраслевые **СХКБ**, специализированные художественно-конструкторские бюро, разрабатывавшие прототипы, регламенты для подведомственных предприятий. Последние должны были создать службы «технической эстетики». На предприятиях появились дизайнерские отделы.

В Строгановском художественно-промышленном училище в Москве, в Ленинградском художественно-промышленном училище им. В.И. Мухиной, Харьковском художественно-промышленном институте, Таллинском художественном институте повилась специальность «художник-конструктор». Дизайнеров готовили Ивановское и Нижне-Тагильское художественные училища. В МГУ начал читать курс «Основы художественного конструирования», а по сути – истории дизайна **Иван Людвигович Маца** (позже продолжил В.Р. Аронов).

[Иван Людвигович Маца (венг. János Mácza, 4.08.1893, Чехословакия – 14.11.1974, Москва). Работы: Маца И.Л. О конструктивизме. Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с.574 – 589; Проблемы художественной культуры XX века. – М.: Искусство, 1969. – 208 с. Об И.Л. Маце: Аронов В.Р. Исследователь материальной культуры // Декоративное искусство СССР. – 1972. – № 9]

Иван Людвигович участвовал в «битвах» за дизайн ещё с 1923 г., когда переехал в СССР. В 1930-е гг. всё, что было связано с современным европейским искусством и дизайном, ретивые «марксисты» заклеили печатью «буржуазности». В МГУ Маца многие годы преподавал «Основы марксистско-ленинской эстетики», это был глубокий по сути и простой по форме курс. Коллеги по университету высоко ценили И.Л. Маца, его блестящее понимание природы современной художественной культуры, а В.Н. Гращенков, «великий учитель» студентов и специалист по Возрождению, как-то пошутил: «*Вот умрёт*

старик, и унесёт с собой все великие тайны искусства». Будучи редкостно скромным человеком, Маца оставил качественное теоретическое наследие, до конца не оценённое.

Создание системы отечественного дизайна в государственном масштабе, да ещё такой огромной страны, какой был СССР (к моменту распада 286,7 млн), не могло произойти быстро. Разными путями к дизайну прибывали его адепты. Учтём, что вузы не способны были восполнить потребность страны в дизайнерах – ни одновременно, ни за десятилетие. Имена **Иосифа Александровича Вакса**, других педагогов были авторитетны для студентов, их суждения воспринимались магическими догматами. Но как всякие неофиты, они были категоричны. «Ваксовскими» считались жёсткий функционализм, аскетизм, ограниченная цветовая палитра и то, что можно назвать проектной мужественностью – шаг влево или вправо от установок школы оценивался как измена и предательство. (Напомним, в Европе 1968 г. высказывалась мысль о «дизайне женского рода», то есть более эмпатичном, дружелюбном, интуитивном и эмоциональном)

[Иосиф Александрович Вакс (1899, Санкт-Петербург – 1986, Ленинград), создатель ленинградской школы дизайна. Ученик неоклассика архитектора И.А. Фомина по Институту им. И.Е. Репина. Практиковался у архитекторов-классицистов, но был сторонником конструктивизма. Преподавал архитектуру. В послевоенные годы вместе с архитектором Л.С. Катониным разрабатывает интерьеры и оборудование пассажирских теплоходов «Ленсовет», «Якутия», «Александр Можайский», «Юрий Долгорукий»; в 1957 г. – основной питерский трамвай «ЛМ-57». С февраля 1945 г. на базе Училища архитектурной отделки зданий Ленгорисполкома воссоздает Ленинградское художественно-промышленное училище, которое в 1948 г. становится высшим, с 1953 г. носит имя В.И. Мухомовой, с 2006 г. – А.Л. Штиглица, основателя Школы технического рисования. С 1952 г. возглавлял кафедру, готовившую первых дизайнеров]

Второй советский дизайн создавался неофитами и фанатиками. **Юрий Аронович Долматовский** был из них: проектировщик автомобилей и автомобильной айдентики; педагог, практик; автор более дюжины книг, изданных в разных странах, включая европейские и Японию. Он рисовал и изобретал формы всю сознательную жизнь. Выполнил проекты для Ярославского автозавода, ЗИС (впоследствии – ЗИЛ), трудился в НАМИ и ВНИИТЭ. Проекты Долматовского, сделанные в 1950-е гг., образны: им присуща наивная романтика автомобиля. Он создает эффектные для своего времени разработки, включая эмблемы – анималистические символы заводов. Решения изобразительные, больше из сферы искусства, чем дизайна. Формы машин (грузовиков, легковых автомобилей, микроавтобусов) воплощают фантазии о скорости, динамике. Это эмпирика, не всегда обусловленная аэродинамикой. К примеру, появившийся в 1960-е гг. венгерский «Икарус» (**Ikarus**) архитектора **Ласло Финты** был близок по форме к параллелепипеду и при этом вполне аэродинамичен для скоростей, на которых движутся автобусы. Элегантной геометрией Финта заразил всех кузовщиков мира. Вторым распространителем «кузовной заразы» стал не только в СССР, но и Европе, **Марк Васильевич Демидовцев** с его автобусом «**ПАЗ-Турист Люкс**», спроектированным в скульптурной стилистике.

Долматовский был по-своему прав, стремясь выразить в автомобиле образный смысл, собственные ощущения. Такова одна из черт российского дизайна: в образности, склонности к самовыражению, вопреки утилитаризму и эргономике. В тот период, когда дизайн заново формировался, практика функционального проектирования мало что кому говорила. На первый план выходила «картинка» – «изобразительный» взгляд на форму, который постепенно, будет сменяться технологичным, научным. И тогда характер дизайна определит не воображение, но технологии, функции, экономика, производство, что немногим лучше придуманной воображением «художественности».

Соединение образа и функции является и сегодня острой проблемой, хотя за десятилетия накоплен большой опыт. Недавняя разработка трамвая **R1** (1914, «Уралвагонзавод – УВЗ», дизайнер **Алексей Маслов**) свидетельствует, что на первый план до сих пор выходит внешний эффект, броскость, а не имманентная суть разработки. Эффекты нравятся «зрителям», да и дизайнерам – никто не отменял «эффект новизны»,

воодушевляющий «потребителей», пока они не превращаются в «пользователей». И вот тогда разработка по-настоящему раскрывается в дотоинствах и ошибках.

Первым всегда трудно, и главная трудность – оторваться от своего времени, привычек и пристрастий, приблизиться к предназначению и сущности проектируемых объектов. На этом небыстром и непростом пути в 1966 г. появилась первая ласточка: «**Автомобиль-такси ВНИИТЭ-ПТ**». Этот микроавтобус как раз стал таким приближением к сути изделия, а потому прорывом отечественного дизайна. Разработан Ю.А. Долматовским совместно с **А.С. Ольшанецким** и **А.П. Черняевым** в 1962 – 1966 гг. Модель была испытана, широко разрекламирована и воспринималась как прорыв в настоящий дизайн. Обсуждался серийный выпуск.

Что представлял автомобиль-такси? На шасси «Волги» сделан фургон, салон которого мог вместить до пяти человек (не считая водителя). Салон отделен, как в лимузинах, от водителя. Широкая сдвижная дверь с автоприводом (первая в мире) позволяла везти в салоне габаритные грузы: детскую коляску, стиральную машину, небольшой холодильник. Сдвижная дверь сегодня обычна не только и у легковых машин. Стекло между водителем и салоном защищает водителя, справа от водителя – таксометр, видимый пассажирам и водителю. Правила работы такси в то время были жёсткими: обозначались время и окончание работы, занятость машины, цена поездки. Автомобили брали пассажиров обычно на стоянках или по вызову.

ПТ (перспективное такси) был неплохо смоделирован пластически: формы обобщены, геометризованы, но смягчены в изломах. Стилистика формы на уровне лучших разработок 1960-х гг., близкая к «скульптурному дизайну», победно шедшему из Италии («линия Ниццоли»). Единственный недостаток – задняя часть корпуса, она вообще плохо получается у отечественных архитекторов и дизайнеров, наверное, из-за длительной фасадности нашей культуры: если макияж наведён, зачем мыть шею?

Такие очевидные находки – вагонная компоновка, сдвижная дверь, откидные сиденья, перегородка между салоном и водителем такси впервые появились в такси ВНИИТЭ. Они были скопированы при проектировании такси для Нью-Йорка в 1969 г., о чем мэр города благодарно оповестил ВНИИТЭ. Нью-Йоркская версия более технична и продумана, но родился прототип не в США, имевших мощную службу дизайна и стайлинга, а во втором советском дизайне.

ВНИИТЭ, ведомственные СХКБ развернули в 1960-х гг. работу по проектированию промышленных товаров и продуктов. Номенклатура изделий промышленности СССР включала **6 млн** изделий и деталей. Далеко не все из них требовали дизайна, но даже с учётом этого ассортимент гигантский, такой же огромной и не до конца управляемой был маховик отечественной экономики.



Два термина характерны для эволюции второго отечественного дизайна: «**техническая эстетика**», этот метод предполагает охудожествление или эстетизацию промышленных изделий. Под «**художественным конструированием**» понималось целостное проектирование, так сказать сквозной проектный подход. Слово «дизайн»

широко не применялось до 1980-х гг., хотя и использовалось в разговорной практике уже в 1970-е гг. Меня в 1976 г. принимал на работу директор Тюменского колледжа искусств, среди прочего задавший вопрос: – *Как вы относитесь к дизайну?* В терминах отражались «идеологические» подходы, застрявшие в культуре с 1930-х гг., когда в философских битвах победила «**вульгарная социология**» и её детище – «идеологизм», осуждённый теоретиками, но выросший в повседневности. Вероятно, свою роль играло и нечёткое понимание природы и предмета проектирования. Лишь в 1993 г. в записи квалификаций выпускников учебных заведений Минкультуры, благодаря **Ю.В. Назарову**, президенту **Союза дизайнеров России**, появилось слово «дизайн». В дипломах выпускников-дизайнеров художественных училищ до этого делалась запись «художник-оформитель». Первый выпускник Тюменского колледжа искусств, у которого было записано блаженное слово «дизайнер», явился в известную компанию «**Сургутнефтегаз**». Руководитель отдела кадров воскликнул: – *Наконец-то дизайнер! А то идут одни художники-оформители!* Авангардной разработкой шестидесятых стал автобус «ПАЗ-Турист Люкс» [подробнее: Денис Орлов, URL: http://www.oldtimer.ru/blogs/denis_orlov/khronika-god-1969-sovetskiy-avtobusnyy-avangard/].

Автобус спроектирован в 1968 г. и представлен в Ницце на XIX *Semaine Internationale du Car* в 1969 г., дизайнер **Марк Васильевич Демидовцев**.

[Марк Васильевич Демидовцев (1929, Павлово-на-Оке – 2011, Тольятти) стал одним из первых дизайнеров послевоенных лет. Получил рабочее образование и прошёл через рабочие профессии. В 1952 – 1960 гг. учился в ЛВХПУ, тогда еще им. В.И. Мухиной. В 1960 г. вернулся в Павлово-на-Оке, возглавив службу художественного конструирования. Разработал несколько моделей автобуса «ПАЗ-Турист» и линейку городских пассажирских автобусов. С 1970 по 1997 гг. – главный дизайнер АвтоВАЗа. При нём разработаны известные модели: от внедорожника «Lada 4x4», первого отечественного переднеприводного автомобиля «ВАЗ-2108» до микролитражек «Ока», «Lada 110», «Kalina»]

На главной мировой выставке кузовостроителей автобус произвел сильное впечатление: машина была не похожа ни на какую и заражала красотой.

М.В. Демидовцев рассказывал, что в 1960 г. после окончания ленинградской «Мухинки» распределился в свой родной город Павлово-на-Оке, на создаваемый автобусный завод. Он стал одним из первых главных художников-конструкторов СССР. Служба ютилась в непригодном подвальном помещении на семь человек. Когда на завод приехал министр автомобильной промышленности **Александр Михайлович Тарасов**, Демидовцев завел его в душный и тесный подвал, в воздухе стояла макетная гипсовая пыль. Министр вынужден был снять свое пальтецо, поскольку его запачкал. Но инцидент помог подписать ходатайство о строительстве дизайн-центра, который вскоре и появился: просторный и светлый, площадью почти в 1000 кв.м. Авангардный автобус создавался уже в новых помещениях. Молодому начальнику – 31 год, он был поглощён делом, деятелен и неспесив. Когда потребовались 8 – 10 тонн пластилина, ездил за ним в ближний город Дзержинск. Дизайнера поддерживал директор завода **Александр Семёнович Тренихин**, говоривший: «*Автобусов должно быть много, хороших и разных!*»

Когда мы вспоминаем о первых успешных разработках, а «ПАЗ-Турист Люкс» относится к успешнейшим, то приходим к выводу, что они являются следствием сотрудничества управленцев и дизайнерской энергии. Не всегда этого достаточно, ведь любой проект появляется в «ревнивой» среде. Ошибочно думать, что в Советском Союзе не было конкуренции. История автомобилестроения, авиационной и космической отраслей, да и других, свидетельствует о жёсткой борьбе за приоритеты и разработки. Их жертвой стало не только такси ВНИИТЭ, но и «ПАЗ-Турист Люкс».

Уникальность его состояла в начинке и цельной красивой форме. Автобус воспринимается законченным примером отточенного скульптурного дизайна. Формы, функциональная проработка были безупречны. Отсюда и запоминающийся сигарообразный облик, и множество найденных и впервые использованных деталей, к примеру, панорамные стекла, создававшие открытый обзор. Форма гнутых стекол продолжалась единой линией в верхней части автобуса. Остекление было непривычно открытым и красивым, его

изготавливал **Саратовский завод технического стекла** впервые – чего не сделаешь во имя интереса. Не удалось сделать лобовое стекло единым, его составили из двух половинок с перемычкой. Пластика кузова была «интегрирована», а не сложена из разнородных форм, как у автобусов европейских конкурентов. Автобус породил волну подражаний, в том числе буквальных, как, например, в формах мерседесовского «Лидера», до сих пор колесящего по России (его в перестройку выпускали по лицензии на подмосковном **Голицинском заводе**). Базовая версия создавалась как туристическая для 24 человек – журналистов, туристов, для междугородних сообщений, что было не совсем ко времени, поскольку масштабы автоперевозок в стране росли катастрофически быстро, и, ясно, что насущным был не туристский, а городской пассажирский автобус.

В «ПАЗ-Туристе Люкс» появились багажное отделение, гардероб, холодильник-термошкаф, умывальник с баком на 25 л воды. Задняя часть автобуса, в которой размещался хозблок, смело была сделана глухой, без остекления, с круглым эффектным окном запасной двери. От этого форма кузова казалась необычно монолитной, цельной и одновременно – благодаря огромным гнутым стеклам – легкой, самобытной и мягкой. В качестве сидений использовались эргономичные авиационные кресла, которых не нашлось в стране, были использованы импортные. Стёкла от избыточного света прикрывались ролевыми шторами. 29 марта 1969 г. автобус сдали.

Блоггер **Денис Орлов**: *«Несмотря на использование технологий изготовления единичных образцов, пришлось повозиться и мастерам экспериментального цеха, и смежникам. В салоне «пазика» разместили 24 анатомических кресла, обтянутых кожей вишневого цвета. Кресла были импортные, с подголовниками, но сиделось в них на солнце невыносимо, несмотря на индивидуальную потолочную вентиляцию. Каждый ряд оборудовался также индивидуальным светильником. Кроме того, рядом с креслом водителя установили вращающееся кресло экскурсовода. А у того под рукой имелся не только микрофон, но и магнитофон!*

На Лазурном берегу «ПАЗ-Турист» получил заслуженную оценку: экипажу вручили Большой приз президента Французской республики (севрскую фарфоровую вазу с автографом Шарля де Голля) и приз «Золотая Ника», а главный конструктор Сергей Иванович Жбанников и дизайнер Демидовцев удостоились диплома «За техническое совершенство». К слову, Жбанников был, пожалуй, самым молодым главным в отрасли – он заступил на эту должность в 1963 году в возрасте 32 лет».

В дальнейшем конструкция и форма модифицировались, удалось избавиться от перегрева салона. Но ни первоначальный вариант автобуса, ни его версии так и не пошли в серию, несмотря на успешно пройденные испытания, доводки и даже то, что к 1971 г. научились делать сплошные передние панорамные стекла. Считают, что роль в этом провале сыграла позиция ЗИЛа, под разными предложениями отказавшегося поставлять силовые агрегаты – конкуренция! (ЗИЛ выпускал собственные автобусы). В стране развернулась борьба за унификацию и стандартизацию, усугублялся «мобилизационный режим» экономии ресурсов, направлявшихся на промышленное развитие, оборону и строительство жилья. Только за 1960-е гг. в города переехало ок. 60 млн человек – население европейской страны вроде Франции, Италии или Англии. Зиловское нежелание иметь конкурента облекалось в заботу о том, чтобы Павловский завод не отрывался от *«горьковского автокуста»*. Заводу не удалось развернуть и линейку городских автобусов: он долгие годы выпускал небольшие районные и городские машины, чрезвычайно упрощенные, «раздетые», как говорят автодизайнеры. М.В. Демидовцев уехал в Тольяти, где стал главным дизайнером мощного АВТОВАЗа. Только недавно у ПАЗа появились достойные машины – «Вектор NEXT» с хорошим современным дизайном нескольких модификаций, завод стал частью «Группы ГАЗ».

Одной из знаменитых собственных разработок ВНИИТЭ, кроме автомобиля-такси и его версии «**Макси**», стал гидрокопировальный станок, разработанный для итальянской

фирмы «**Utita**»: достаточно таинственная история, учитывая стоимость разработки в \$ 5 млн. Станок представлялся символом международного успеха российского дизайна. Он был тщательно и даже избыточно спроектирован как эргономичный. Сегодня представляется не так бодро – механистичной разработкой.

ВНИИТЭ притягивал философов, дизайнеров-практиков, методологов, искусствоведов, инженеров-конструкторов, технологов. Он считался передовой организацией. Попасты сюда на работу было трудно. На юбилейном вечере, посвящённом 50-летию ВНИИТЭ, С.И. Серов вспоминал: *«ВНИИТЭ с момента основания до настоящего времени располагается на территории ВДНХ, до перестройки выставочные залы центра, в котором также проходили семинары и встречи, располагались на первом этаже в здании «Известий» и в Хилковом переулке. Во ВНИИТЭ нередко проходили однодневные выставки художников, ежемесячные семинары С.Хан-Магомедова по истории архитектуры авангарда и истории ВХУТЕМАСа.*

Структурно институт состоял из нескольких отделов, в том числе отдела теории, в котором работали философы Карл Кантор, Георгий Щедровицкий, Олег Генисаретский, ведущие эстетики Юрий Давыдов, Пиама Гайдено и отдела истории, в котором работали Никита Воронов, Игорь Голомиток. На протяжении многих лет во ВНИИТЭ работали выдающиеся историки русского авангарда – Селим Хан-Магомедов, Галина Демосфенова, Елена Сидорина, Наталья Адаскина.

Селим Хан-Магомедов – автор 450 научных трудов, среди которых монографии о русском авангарде – «Пионеры советской архитектуры», «Пионеры советского дизайна», «ВХУТЕМАС-ВХУТЕИИ» и его крупнейших мастерах – К. Мельникове, А. Веснине, Н. Ладовском, И. Леонидове, И. Голосове, А. Родченко, Г. Демосфенова – автор книг и публикаций о К. Малевиче, Е. Сидорина – автор книги о русском конструктивизме, Е. Черневич – автор публикаций о русском графическом дизайне конца XIX – I пол. XX века, Н. Адаскина – автор публикаций о Л. Поповой и ВХУТЕМАСе.

ВНИИТЭ регулярно издавал журнал «Техническая эстетика» и тематические сборники «Труды ВНИИТЭ». В 1997 году авторы книг из серии «Библиотека дизайнера» получили Государственную премию» [<http://sergeserov.livejournal.com/544824.html>].

Сотрудники ВНИИТЭ принадлежали к различным творческим, инженерным, научным цехам. Представим некоторых сотрудников ВНИИТЭ или сотрудничавших с ним (информация есть также в других разделах):

Владимир Рувимович Аронов (1941, Москва) – историк и теоретик дизайна, преподаватель, автор огромного числа статей и глубоких книг об истории и теории дизайна, президент Национальной академии дизайна. Работая в издательстве «Искусство», стал инициатором и редактором первых переводных книг мастеров архитектуры и дизайна.

Олег Игоревич Генисаретский (Ковров, 1942) – математик, прошедший в 1963 – 1976 гг. школу так называемого **московского методологического кружка**, автор книг и теоретических работ на стыке дизайна и теории познания.

Галина Леонтьевна Демосфенова (1922, Москва) – один из наиболее опытных искусствоведов и критиков в формирующемся круге теоретиков и практиков дизайна, учитель и наставник. В роли заместителя главного редактора создавала и вела бюллетень «Техническая эстетика» (постепенно ставший популярным журналом, распространявшимся по всему СССР до 1991 г.)

Лариса Алексеевна Жадова (1927 – 1981), российский историк дизайна. Начинала как историк искусства. С 1970-х гг. сделала много для реабилитации российского художественного авангарда – К.С. Малевича, В.Е. Татлина и др. Первую монографию о В.Е. Татлине выпустила в 1983 г. в Венгрии, издательство «Корвина». Организовала первую за многие годы выставку Татлина (каталог смакетирован Михаилом Аникстом). Инициировала документальный фильм о Татлине «Какая интересная личность». Подготовила первые публикации о ВХУТЕМАСе. Ввела в обиход огромный массив

информации о современном европейском дизайне: творчестве Э. Соттсасса, М. Беллини, Р. Таллона и др. Значение Л.А. Жадовой для истории дизайна не оценено.

Лев Александрович Кузьмичев (1937, Орджоникидзе – 2015, Москва), авиационный инженер и дизайнер, директор ВНИИТЭ в 1987 – 2003 гг.

Галина Григорьевна Курьерова (1953, Москва – 2000, Москва) – критик и историк дизайна. Её тексты, со спрессованными насыщенными смыслами, сложные для понимания, стали своеобразным метадизайном, не столько дающим представление о практике и истории проектирования, сколько создающим углублённый образ профессии. Г.Г. Курьерова не была в Италии, что не мешало ей представлять итальянский дизайн как «становой хребёт» дизайна мира.

Владимир Филиппович Сидоренко (1938, Москва) многие годы был заместителем директора ВНИИТЭ по науке, позже профессором Московской текстильной академии (сегодня – МГУТИД). Автор глубоких публикаций, теоретик проектной культуры.

Александр Георгиевич Устинов (1933, Москва), почти с создания работавший во ВНИИТЭ, архитектор, много сил уделил истории, теории, методологии проектной деятельности, открыл множество персон и явлений мирового дизайна. Мы назвали некоторых из создателей понятия ВНИИТЭ, но круг их много шире.

Елена Всеволодовна Черневич (1939, Москва – 2007, Москва), посвятившая себя исследованию практики и истории графического дизайна. Она преподавала также в Полиграфическом институте и Строгановке.

ВНИИТЭ как место экспериментальной деятельности примагничивал к себе людей проектного типа вроде **Леонида Борисовича Перевёрзева** – чрезвычайно интересного технаря, музыканта-теоретика, специалиста в области образования, неустанного просветителя, историка поп- и рок-музыки, науки и техники; мыслителя, много лет посвятившего технической эстетике и дизайну, а ещё – концепции открытого образования, образования через проектирование.

[Леонид Борисович Перевёрзев (1930, Москва – 2006, Москва), музыковед, сотрудник Института физики Земли АН СССР (1949 – 1956), Института горного дела АН СССР (1957 – 1965), ВНИИТЭ (с 1965); теоретик-энциклопедист; зав. лабораторией ИНТ (Института новых технологий образования, Москва), автор более 500 публикаций на стыке технических и гуманитарных наук. Просветитель, автор статей о музыке и смежных проблемах: начиная с заметок на обложках пластинок поп- рок- джазовой музыки и кончая статьями в самых разных журналах, например, в лучшем советском журнале «Спутник», лицензионно издававшемся в западных странах. Многие публикации – о дизайне, синергетике, кибернетике, культурологии. Коллеги Перевёрзева писали: *«Благодаря своему уменю видеть суть вещей, глобальному мышлению, артистизму, любви к людям, литературному и ораторскому таланту Леонид Борисович вдохновлял людей, помогал увидеть горизонт, раскрепоститься, начать новый путь. Леонид Борисович был человеком будущего»*. Персональная страница Л.Б. Перевёрзева: <http://www.int-edu.ru/lbp/>]

Его публикации соединяли глубокое осмысление проблем техники в проекции на человека и культуру: кому бы пришло в голову написать статью **«Интерфейс для хай-фай»** в «ДИ» или представить компьютер в роли *«балалайки XX века»*? Перевёрзев мыслил сложновато, но ярко-образно и с долей иронии, изъяснялся языком, соединяющим профессиональные понятия и словесную игру. Небольшой пример провидческого текста Перевёрзева, написанного почти сорок лет назад, причём, пока не все прогнозы автора сбылись: *«Комплекс приборов, занимавший ранее целый шкаф, сжимается в спичечную коробку. Впервые в истории взаимоотношений человека и машины органы управления начинают превосходить размерами управляемую систему. Более того, они делаются основными визуальными и тактильными знаками её присутствия, которым дизайнер волен придавать любую нужную ему форму.*

Интерфейс нагружается исключительно важным и многообразным смыслом. На смену примитивной регулировке частотного спектра и пространственного баланса звучания скоро придёт возможность прямого вмешательства в художественную структуру передаваемого сообщения. Слушатель будет в состоянии гибко и

дифференцированно варьировать темп, строй, интонационно-мелодический склад, гармонию и оркестровку воспроизводимой музыкальной пьесы, выступая в роли её соисполнителя и даже соавтора. Дизайн интерфейса приобретает тем самым небывало ответственное значение: он должен стать подлинным выразителем творческой идеи хай-фай, стимулятором эстетической активности и культурным посредником между миром техники и миром искусства» [Л.Б. Переверзев. Интерфейс для хай-фай. Дизайн домашней радиоэлектроники. URL: <http://rerefat.ru/docs/5/index-234560.html>]

Вячеслав Леонидович Глазычев (1940, Москва – 2012, о. Чанг, Таиланд) написал первую книгу «**О дизайне**», легализовав термин ещё в 1970 г. В большей мере круг интересов Глазычева был связан с муниципальным проектированием, управлением, урбанистикой, теорией архитектуры. Работал на многих общественных и штатных должностях – от заведующего кафедрами МАРХИ или Академии народного хозяйства при Правительстве РФ до директора Института продвижения инноваций, президента Национальной академии дизайна. Есть различные ресурсы В.Л. Глазычева, его наследие велико.

Сергей Иванович Серов (1952, Советск Калининградской области) появился во ВНИИТЭ в 1976 году. Сосредоточился на истории, теории, практике графического дизайна, стал одним из авторитетнейших организаторов, теоретиков, историков графического дизайна, педагогов. В последние годы – президент **Академии графического дизайна и Московской международной биеннале графического дизайна**, колумнист сайта «**Как**».

ВНИИТЭ был методическим и идейным центром промышленного дизайна. Всё, что там происходило, распространялось волнами по стране. Но только лишь институтом инфраструктура отечественного дизайна не исчерпывалась. Помимо проектной сложилась и информационная система, дизайнерские службы предприятий, высшие и средние учебные заведения, число которых приближалось в 1980-е гг. к шестидесяти, система выставок.

ВОЗРОЖДЕНИЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА: 1960-е гг. ЖУРНАЛ «РТ»

В начале 1930-х г. место дизайна заняло декоративное искусство – ар-деко или историзм. Дизайн растворился в декоративизме, не исчезнув до конца. Эта часть культуры не исследована. Существовала уверенность, что промышленность и хозяйство нуждаются в производственниках «с художественной подготовкой». Весь XX в. технократы не видели смысла в искусствах. Куда как понятнее «производство» и некоторая «художественная подготовка». «Искусство архитектуры» сменило ПГС – «промышленное и гражданское строительство», «графический дизайн» сменился полиграфией («с художественной подготовкой») и где-то рядом была иллюстрация и немного художников книги. Вновь востребовалось (для производства) умение рисовать (в архитектуре в том числе) и уверенно воплощать рисунки. Это не исключало мысли, художественных образов, но искусства ориентировались на классику, традицию и её развитие. В эстетике – культ «трёх Р»: Рафаэля (гармония, свет), Рубенса (жизнелюбие), Рембрандта (драматизм, испытания).

Первый фактор, который погубил русский дизайн 1920-х гг. – его «неукорененность» в культурной типологии народов. Сограждане мало обнаруживали у дизайнеров «свои» коды и ассоциации – дизайнеры оказались большими европейцами и западниками, чем народ. «Дорога в ад устлана благими намерениями» – люди, понятное дело, не могли не осчастливиться попечениями проектировщиков. Страна была деревенской, провинциальной в типологическом, а не оценочном смысле. Городской она станет только в 1960-е гг. Бескомпромиссный конструктивизм, создававшийся нашими мировыми мастерами, для сограждан был инопланетным. «Правильного» мало, оно должно быть осознано, принято как нужное.

Вторым фактором был тот, что новые формальные приёмы не поддерживались исполнителями: дизайнерский акцидентный набор в штыки принимался полиграфистами, так как превращал работу в бесконечную головоломку. Кассы шрифтов, типографские машины усугубляли неприязнь полиграфистов. Впрочем, это не только полиграфическая проблема: строители ненавидят архитекторов, отделочники дизайнеров и т.д. Не случайно, многие знаменитые работы тех лет изготовлялись в Германии, имевшей лучшую технологическую базу и исполнительных работников. Возврат на прежние культурные позиции был не только отечественным явлением, но и мировой тенденцией. У нас он носил крайний характер. Говорят, что новое узнаётся по небольшим изменениям, а совсем новое не узнаётся.

Наше традиционное народное искусство исчезало в XVIII в. Оно заменялось «высоким» профессиональным декоративным искусством. Пустоты заполнялись в XIX в. эклектикой, городским фольклором, в свою очередь бывшим симбиозом профессиональной и новой городской традицией – своего рода поп-артом. Народная культура ушла безвозвратно, она не пригодилась стилю модерн, разве в отдельных случаях и напоследок. Новый язык конструктивизма был продолжением живописного супрематизма К.С. Малевича и его последователей, абстрактного экспрессионизма В.В. Кандинского и других. Отвержение дизайна было и отторжением невнятных для массового зрителя направлений искусств.

В 1930-е гг. началось возрождение «народных ремёсел», если считать народной традицию, накладывавшую архаические приёмы на новую жизнь. Народного в новом ремесле было мало: в Палехе вместо икон начали писать шкатулки, броши. В Гжели вместо дельфтских ремейков создано производство бело-кобальтового фаянса бытовых предметов. На место дизайна заступило декоративно-прикладное искусство (вечный вопрос – к чему прикладывается). Дрожжами его были академические традиции, в том числе европейские, а связующим звеном – воспоминания о крестьянских промыслах. Ясно, что такой сплав, стань он догмой (так это и произошло), гарантирует блуждания в поисках предмета «народного художественного творчества».

Полиграфия находилась в лучшем положении. Стилистические волнения её касались, но догматы «идеологизма» (так именовалось философское направление «вульгарной социологии») не были, к счастью, своевременно разработаны и наложены на типографику. Вся культура 1930-х – 1950-х гг. была, с точки зрения стилистики, ретроспективной. В книге, журнале, плакате преобладали классические композиционные и изобразительные средства: симметрия, равновесные поля, полосы и книги в целом, классическое понимание листа, гармония, прозрачность страницы и иллюстративность. Очень хорошим примером неоклассической (классицизирующей) книги стала деятельность выдающегося издательства «Academia» (1921 – 1929, Ленинград, 1929 – 1937, Москва), привлекавшего к работе над книжными шедеврами лучших художников, таких как **Владимир Михайлович Конашевич** («Песни, сказки, загадки» С.Я. Маршака; «**Манон Леско**» аббата Прево), **Николай Павлович Акимов**, **Алексей Ильич Кравченко**, **Владимир Андреевич Фаворский**, **Андрей Дмитриевич Гончаров**, **Николай Васильевич Кузьмин** («Евгений Онегин» с фантастическими иллюстрациями «под Пушкина») и другие мастера книжного искусства и иллюстрации. Это была самоценная культура с ожившим и блестящим неоклассическим языком. Издательство «Academia» имело выдающиеся достижения по отбору текстов, редактуре, полиграфии и оформлению книг. Однако высокое книжное искусство всё-таки не совсем дизайн.

[Борис Владимирович Трофимов предпринял могучую попытку собрать всех иллюстраторов и дизайнеров в фундаментальном издании «Век русского книжного искусства». – М.: Вагриус, 2005. – 567с.]

До середины 1950-х гг. наша типографика (плакат, книга, журналы и газеты) была ориентирована на неизменность правил, классическое гармоническое равновесие, изобразительность и «украшительные» подходы. Шрифты отличались функциональностью,

читаемостью и изысканностью. Они продолжали традицию, в основе которой лежала классическая антиква вроде колонны Траяна, русские шрифты – часть мирового опыта мировой традиции. Кириллические гарнитуры разрабатывались **Вадимом Владимировичем Лазурским**, в частности, наборная «**Гарнитура Лазурского**» (1957 – 1962), удостоенная золотой медали Международной выставки искусства книги **ИБА в Лейпциге** в 1959 г.

[Вадим Владимирович Лазурский (1909, Одесса – 1994, Москва), художник шрифта, книги, мультипликации. Оформил около 300 книг. Имеет международные награды. Автор книг: Альд и альдины. – М., 1973; Путь к книге. Воспоминания художника. – М., 1985.]

Другой наш художник — **Николай Николаевич Кудряшов** учился живописи у Р.Р. Фалька, но стал шрифтовиком.

[Николай Николаевич Кудряшов (1909, Москва – 1991, Москва), ведущий художник наборного шрифта в России. С 1938 г. работал в лаборатории шрифта НИИ ОГИЗ («Обыкновенная новая», 1938 – 1941); с 1946 г. – в отделе новых шрифтов НИИ полиграфического машиностроения. URL: <http://typo.mania.ru/FACES/b-kudrsh.htm>]

Собственно с него и его коллег в 1936 г. начинается разработка кириллических гарнитур, прежде создававшихся в Германии. В том числе первого в России машинного газетного шрифта «**Эксцельсиор**» (1936, совместно с М. Щелкуновым). Николай Николаевич создал с коллегами, в т.ч. с З.А. Масленниковой, более 200 различных шрифтов. Об объёме и сложности проектирования свидетельствует история разработки «**Кудряшовской энциклопедической**» (1960 – 1974). Тогда готовилось радикально обновлённое издание Большой советской энциклопедии. Тираж должен был составить 630 тыс. экз., 3,5 тыс. авторских листов, 95 279 статей, 29 120 иллюстраций, 3 701 портрет и 524 цветные карты; вклейки глубокой и цветной высокой печати, вклейки цветной офсетной печати, карты-вкладки, вклейки цветных карт, иллюстрации и схемы в тексте. Грандиозный проект, квинтэссенция мирового знания (издание переведено на английский язык и выпущено американским издательством «Макмиллан» (Macmillan Publishers Ltd.) в 1973 – 1982 гг. В 2001 г. переиздано на компакт-дисках компанией «Аутопан» (3 CD).

С учётом тиража, объёма издания Н.Н. Кудряшову предстояло разработать ёмкий и в то же время экономный шрифт, обеспечивавший читаемость текста, идентичность различных графем. Было создано несколько тысяч знаков в пяти начертаниях, в т.ч. русского, латинского, греческого алфавитов и фразатуры; каллиграфические, фонетические, нотные, математические, астрономические и другие знаки. Кудряшовская энциклопедическая позволила уменьшить объём БСЭ на 20% и сэкономить 4 млн руб. советских рублей (примерно 200 млрд руб в сегодняшнем исчислении).

Вели поиски в этом направлении и другие художники, например, интересные модульные славянские шрифты предложил **Яков Георгиевич Черников** (1989 – 1951), эволюционировавший от конструктивизма в ретроспекцию. Большого разнообразия гарнитур не было, сравнительно с предреволюционным периодом искусство и разработка шрифтов создавались заново.

В 1950-е – 1960-е гг., «эпоху НТР», то есть научно-технической революции, язык классики в пластической культуре, искусствах, медиа; в методах наук и искусств начал восприниматься как слащавый, приторный и обветшавший. Появился интерес к экспрессии, индивидуальным решениям, авторскому высказыванию, начались перемены во всех сферах жизни – быту и политике, экономике, искусствах. Складывалась новая культура, и историзм уже не увлекал, разве что по привычке. С 1960-х гг., о чём уже говорилось, после социальных потрясений начался отказ от классических, эстетичных, «высоких» особенностей, присущих классике и неоклассике. «Красоты» будут всё больше стесняться и в наши дни она стыдливо заменена «эстетикой» (эстетика – учение о прекрасном, а не эвфемизм красоты).

В борьбе с традиционализмом к 1970-м гг. формировался новый отечественный графический дизайн. Слово «борьба» не случайно: сопротивление новому пониманию книг, газет и журналов, плакатов оказывали очередные архаисты, которыми часто выступали новаторы из поколения предшественников. Большим противником дизайна и создания союза дизайнеров был Союз художников России, видевший в дизайнерах угрозу собственной монополии. Возникал интерес к использованию приёмов конструирования, новых материалов и технологий, иной выразительности, в том числе техницистской. Заметим, что в мировой пластической культуре в 1970-е гг. сложатся такие методы и формы, которые близки к функционализму. Но функционализму с разнообразными средствами поэтики.

Архитектурный ландшафт нашей страны, её быт, визуалистика в то время казались многим «отсталыми». В 1920-е гг. российский дизайн подпитывался потребностью выразить время, перемены и только во вторую очередь заглядыванием за кордон (вообще-то любимым русским занятием). Теперь он возникал под очарованием европейской цивилизации, культуры и в меньшей мере обуславливался собственными реалиями, что заложило бомбу вторичности в нашу художественную культуру и стало её уязвимым качеством. Ближайшим примером стал дизайн Восточной Германии – ГДР.

Культура была настолько предсказуема, что небольшие новации производили яркий эффект. В 1964 г. журнал «Кругозор» (1964 – 1993), сложенный из типографских страниц и гибких синих сброшюрованных лавсановых пластинок, стал едва ли не главным дефицитом СССР. Выпускавшийся тиражом 450 – 500 тысяч экземпляров, он продавался исключительно из-под прилавка по большому блату. Форма издания сегодня не кажется феноменальной по графике и дизайну. Но это был абсолютно новый формат: свежие песни и композиции, документальные записи и репортажи, бардовская песня, музыкальная классика (для печати пластинок приобрели специальную французскую линию и пластик) дополнялись небольшими комментариями и фотографиями. Всё это делало «Кругозор» первым медиаизданием. Что впечатлило читателей-слушателей? Непривычная форма? Актуальная начинка? Мобильное содержание? Дизайн? Это был в полном смысле проект, как впоследствии дизайн охарактеризует Брюс Арчер.

Более успешным и по графике, и по информационной матрице стал журнал «РТ» («Программы радио и телевидения», 1965 – 1966), вышедший тиражом 100 тысяч экземпляров. В строгом смысле это был анонс трёх программ телевидения и трёх радиопрограмм – всего тогдашнего богатства телерадиовещания. В одном из интернет-сообществ фотографиям обложек журналов, в том числе «РТ», предпослан стих *«Терпкий запах советских реалий | И журналов зачитанных пыль | Мы старательно так забывали, | Что никто до сих пор не забыл»*. Информации о журнале мало, в одном из материалов Википедии о большом фотографе журнала **Игоре Ивановиче Гневашеве** сказано: *«1965 – начинает работу фотокорреспондентом в прогрессивном в те годы журнале «РТ» Гостелерадио»*. Отдельные факты, упоминания можно найти в различных мемуарах. В 1988 г. в авангардном молодёжном выпуске журнала **«Театральная жизнь»** (1988 № 24) был помещён небольшой (2,5 полосы) материал об «РТ», в котором констатировалась выдающаяся роль журнала и минимум сохранившихся сведений о нём.

Журнал – феноменальное явление культуры, общественно-политической жизни и второе дизайнерское издание в «арчеровском» смысле слова: то есть Дизайн с большой буквы. Он имел собственное отличное от всех лицо, собственную идеологию, мировоззрение и представление о методах подачи информации. Будучи изданием Гостелерадио СССР, журнал формировался сетевым, как сегодня бы сказали, кругом авторов, интеллектуалов, художников.

[«Сетевой», то есть принадлежащий кругу лиц, исповедующих схожие представления, ценности, этику, цели действий. Сетевые сообщества управляются не снаружи, иерархией, а внутренней организацией и логикой собственного развития. Подробнее: Глава 10. Формирование живой, развивающейся сети сообществ /

Клок К., Голдсмит Д. Конец менеджмента и становление организационной демократии. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.: ил.]

Это обеспечило ему редкую популярность в среде молодежи, творческой элиты и равнодушные, даже неприязнь обывателей, в том числе чиновных. «РТ» обозначил разрыв между двумя советскими культурами 1960-х гг. – небольшой частью инновационной, нацеленной на перемены и модернизацию, и традиционной, ориентированной на шаблон и равнодушной к новому.

Вспоминает один из сотрудников журнала: *«Я видел этот внушительных размеров с яркой необычной для того времени обложкой еженедельник, листал его и удивлялся его смелым материалам. Меньше всего он походил на издание, которое обязано информировать читателей о содержании радио- или телевизионных программ на неделю. Не похож был он и на теперешние «7 дней» или «Антенну». Мастерски написанная публицистика, захватывающие очерки о художниках или музыкантах, наконец, очень толковые анонсы передач, которые можно будет послушать или увидеть, делали журнал заметным явлением тогдашней общественной жизни»* [Геннадий Красухин. URL: http://mag7a.narod.ru/pdf/7a_1109.pdf].

Николай Митрофанов: *«Задуманное издание мыслилось как красочный общественно-политический журнал небольшого объема (16 полос), но крупного формата – в полполосы большой газеты, что позволяло броско подавать художественные иллюстрации. Уговорив элитного дизайнера, специализировавшегося на внешнеторговой рекламе, Николая Кирилловича Литвинова пойти на должность главного художника (это была его первая в жизни штатная работа), заперещики еженедельника заполучили оригинальнейший макет, успешно решающий проблемы размещения ТВ-программ и дающий возможность ярко представлять журналистские произведения разных жанров, достойное место отвести фотополотну, подборке репортажных снимков, сочетать все это с рисунками.*

Николай Кириллович привел отличных исполнителей своего проекта: Юрия Колюшева, Михаила Верхованцева, Алексея Шторха. Большая часть усилий по раскрутке издания легла на плечи фотоотдела, на заведование которым пришел Эдуард Кравчук, в чьем штате с первых дней работал такой корифей мирового уровня, как Николай Рахманов, а также ряд других талантливых мастеров светописы: Нина Свиридова, Игорь Гневашев, Виталий Арманд, Роберт Папикьян. Свои лучшие работы давали в журнал известнейшие мастера, работавшие в цвете и «черно-беляки»: Александр Макаров, Всеволод Тарасевич, Лев Устинов и другие» [Н. Митрофанов. Редакция в доме Гоголя. Тени и силуэты тридцать лет спустя. URL: http://www.clow.ru/a-moscow/1/1/arbat7_8_2.html].

Журнал стал одним из центров творческой жизни Москвы 1960-х гг. Редактором «РТ» был назначен **Борис Ильич Войтехов** [Борис Ильич Войтехов (1911 – 1975), писатель, журналист, драматург и сценарист], собравший вокруг себя ярких литераторов, художников, фотографов, скульпторов – творческих людей из всех цехов. Такая синергичная группа дала взрывной эффект. На страницах издания появились начинающий модельер **Вячеслав Зайцев** и скульптор **Эрнст Неизвестный**, писавший о праздничном оформлении городов; руководитель студенческого театра МГУ **Марк Захаров** и великий театральный критик **Константин Рудницкий**; знаменитый кукольник **Сергей Образцов**, писатель и литературовед **Виктор Шкловский**, **Фазиль Искандер** и многие другие.

«РТ» вводил читателей в мир современных технологий и актуальных общественных явлений, здесь публиковались социологические исследования и материалы по психологии. Благодаря сотрудничеству с мыслящими историками искусств **Марией Чегодаевой**, **Андреем Золотовым**, **Дмитрием Сарабьяновым**, **Александром Каменским**, на последней обложке и страницах разрасталась галерея мирового искусства всех эпох. Литературный отдел (заведующий – будущий знаменитый драматург **Михаил Рошин**) открывал читателям мировую поэзию и прозу, в том числе новую и подцензурную.

Но главное было в дизайнерском решении журнала, визуальном языке, опиравшемся на новую графику поп-арта, коллажа, квазикомпьютера и фотомонтаж. Изобретательная верстка текста и изображений, шрифтовое богатство, непривычное использование диакретических знаков, символов, великолепные фотографии лучших мастеров прошлого и современных создавали зрелище – бесконечное визуальное шоу с точнейшими обложками, динамичной структурой, огромными разворотами формата А 2 в центре и «музейно-галерейной» последней обложкой.

Журнал «РТ» искал новый способ отношений между изданием и читателем. Он реализовал непривычный подход к полосе, макету, подаче информации. Его основным методом стала визуальность, а не только слово, вернее, визуальная аранжировка и интерпретация слова и изображения. Это был тип проектного мышления, в котором слово и изображение были многослойными.

Мотором проекта был Б.И. Войтехов: *«Мятущийся характер Бориса Ильича далеко не всем пришёлся по вкусу. Постоянно выстраивая планы оригинальной подачи материалов, он ориентировал на яркость решений, на риск, на динамизм, на проламывание брешей в заскорузлых порядках. Он «пробил» впервые съёмку ночной Москвы, решительно заменял подготовленные тексты, отчего секретариатчики отчаянно впились пальцами в свои лохмы.*

От него исходила мощная самореклама, он был асимметричен, порой безумно остроумен. Он жил по законам собственной драматургии, не без основания полагая, что люди — это в основном актёры, с которыми можно говорить по делу, а можно и сыграть в дело. Он сам признавался, что дом Гоголя его преображает. Да это и чувствовалось, как только он появлялся на втором этаже, перемещаясь по священной территории перегороженных анфилад барских комнат. Шаги его слышались издали, они были чётки и уверенны. Отдававшиеся тут же распоряжения заволаживали властной интонацией. Если ему надо было высказать неудовольствие, он никогда не бывал грубым. С ледяным спокойствием он ронял несколько фраз и замыкался в себе.

Но этой редкостной фигуре не была чужда и проникновенность, он способен был спонтанно обрушить на человека комплименты, которых от него, казалось, и ждать было невозможно».

Журнал «РТ» одним из первых раскрыл и донес до зрителя и читателя, долго жившего в цензурных рамках, поэзию «серебряного века» и неизвестную советскую, русскую живопись XVIII в., древнерусскую иконопись или живопись Возрождения. Он показывал современные города и мир, место телевидения и масс-медиа в жизни.

Н. Митрофанов: *«Привлекательный внешне и свежий по содержанию журнал при 100-тысячном тираже разлетелся мгновенно. Читателям нравились смелые поп-артовские зачины номеров, подбор произведений изобразительного искусства на 4-й обложке (самая устойчивая рубрика «Из собрания «РТ»»), масштабные фоторазвороты, изысканная стилистика иллюстративных рядов и графических решений. Редакция пользовалась исключительно своими специально заказанными шрифтами и элементами оформления. Поэтому не случайно в некоторых изданиях все чаще замечались и соответствующие заимствования. Но обскакать Литвинова с его фирмой было невозможно».*

Действительно, графические приемы из «РТ» тиражировались в разных изданиях, плакатах, студенческих работах – мои коллеги вспоминали, как использовали в курсовых проектах вырезки и графические приемы журнала.



Обложка журнала «Тетральная жизнь» с материалом об РТ и полосы РТ

«РТ» – проект большого коллектива мастеров до сих пор остаётся актуальным примером смелого разрушения стереотипов во имя правды, жизни и красоты. Обыденность представляла чрезвычайно яркой, поэтической и удивительной. Факты истории открывались с непривычной точки зрения.

Журнал был, как говорят, ликвидирован в 1968 г. (вероятнее – в 1967) идеологическим секретарем ЦК М.А. Суловым за излишнюю самостоятельность позиции редколлегии и авторов. Бумага и типография перешли другому изданию – «Сельская молодежь». Но «РТ» заложил принципы отечественного графического дизайна, показал силу проектных подходов. Журнал нашел способы интеграции проектирования, общества, культуры, истории в современной медиаматрице. Дизайн стал инструментом медиализации жизни.

Обложки журнала точно выражали скозную идею номера. Например, на обложку 29 номера за 1966 г. вынесен чёрно-белый текст сообщения ТАСС «Провал фашистского плана окружения и взятия Москвы», набранный аскетично изысканной крупной контрастной антиквой. На обложку 27 номера к Дню ракетных войск и артиллерии помещено фото Царь-пушки и текст «Она ни разу не выстрелила». Мысль и текст развиваются на внутренней полосе. Здесь уникальная фотография баллистической ракеты в шахте и текст «Хорошо бы и эта... Но если...»



Великолепная жёсткая графика разворота применена в одном из номеров об освещении американскими СМИ войны во Вьетнаме: «Отредактированная война. Эскалация лицемерия». Здесь помещены две точных фотографии: слева жесткое циничное лицо американского солдата и текст президента ДРВ Хо Ши Мина на вьетнамском и русском языках: «Они проводят политику сжигать всё, убивать всех и уничтожать всё». Иллюстрация на правой полосе – широко известная фотография страдающей вьетнамской матери, прижимающей к себе маленького ребенка, и текст президента США Л. Джонсона на языке оригинала и в переводе на русский: «Наша цель во Вьетнаме не война, а мир. Мы продемонстрировали всеми способами, которые имеются в нашем распоряжении, стремление к тому, чтобы гибель людей прекратилась». Контраст слов и документов, поддерживается строгим рубленным шрифтом и двуязычием, становится наглядным событием. Сама информация о том, как же СМИ освещают позорную войну, занимает меньше всего места — две небольших колонки в центре.



Или рассмотрим полосную фотографию **Гунара Бинде**: лицо девочки, держащей в руках старенькую куклу. На её лице из папье-маше даже потрескалась шпатлевка. На тёмном фоне вывороткой врезан фрагмент великолепной поэмы **Дмитрия Кедрина** «Кукла», которая посвящена судьбе девочки в старо-новой жизни. Приведённые редакцией строки точно совпадают с фотографией Г. Бинде и придают ей щемящую нотку: «...Лес мой куклу изгрыз, | На подстилке её теребя. | Кукле много недель, | Кукла стала курносой и лысой. | Но не все ли равно, | Раз она взволновала тебя!» Каким нужно обладать тактом, умом и информацией, чтобы к этой выдающейся по человечности и красоте фотографии найти безупречно идентичный пронзительный текст советского поэта 1930-х годов (трагически погибшего в трамвае: вступился за женщину, которую оскорблял хулиган).

Полоса журнала «РТ» с проблемным материалом «Убьёт ли телевидение кинематограф?» сверстана вручную. Для тогдашней типографии работа с большим числом коллажей, нелинейной версткой шрифта и знаков – каторга. Тем не менее, авторское решение художника присутствует на каждой странице. На полосе о проблемах отношений мужчины и женщины «Утро вечера мудренее?» помещён коллаж из фотографии фигур и подчинённого их компоновке текста.

Полоса «Париж в вашем доме» – просто фотография (рядом материал «Фауст – первый фотограф»). Она показывает Елисейские поля, главную улицу Парижа, кафе, бульвары, город после дождя, машины, фонари, гуляющих людей. Влажно и сыро, кафе полуоткрыты, а рядом – рабочие в жёлтых робах закуривают сигареты. Какой композиционный приём использован? Контраст – смысловой контраст, ещё и цветовой, и

масштабный, и стилевой. В графике применена виньеточка, как бы случайная, но органичная, наделяющая современные фотографии налетом историзма.

Материал о революции подаётся с текстами-аллюзиями, подвёрстанными к крупному заголовку: «*Революции цивилизации*». Подзаголовки: «*Первые революционные выступления. Где и когда они произошли? Слово «свобода». Когда человек впервые начертал его? Где впервые появились каменная кладка, чертёж, книгопечатание, медицинские рецепты?.. Почему совершал свой бег фараон?»* И в подвале заголовка-текста: «*Это было за 50 веков до Великой Октябрьской социалистической революции*». Авторы и художник размещают дежурный для своего времени материал об Октябрьской революции, но привносят глубинный смысл в факт, представляя революции как обычную для истории форму скачкообразного развития человечества. На внутренней стороне последней обложки подборка: «*Они писали о революции*». В подборке – строки **Александровского, Асеева, Ахматовой, Бабеля**, авторов, расширявших границы понимания, контекст событий и имевших личную человеческую и художническую позицию...

Заголовок «*Наша антология*» и текст: «*Мы будем печатать стихи, рассказы, очерки, публицистические выступления, по радио – воспоминания очевидцев, участников и свидетелей революции. Мы хотим, чтобы наши читатели мысленно перенеслись на 50 лет назад, получили бы представление о времени высочайшего накала страстей, обострения всех противоречий, о времени революции*». Не сказать, что здесь пустая словесная эквилибристика... Со шрифтом постоянно работают: его дают в разрядку, меняют кегли и абзацы, выделяют ключевые идеи, используют в вёрстке «флажки» – правый и левый. Стил гарнитур точно совпадает с духом и смыслом материала, выявляет в нём подтексты. Можно предположить, что в докомпьютерную эру такое шрифтовое богатство стоило Литвинову и его коллегам немалой крови.

В статье «*Эстетика праздника*» из рутинной темы надо было сделать шоу – интеллектуальное и визуальное: на вопросы редакции отвечал скульптор **Эрнст Неизвестный**. Это 1966 г., еще на выставке 1962 г. Н.С. Хрущёв предложил Э. Неизвестному уехать из страны. По этой причине фамилию опального скульптора спрятали в тексте. Интересно то, что в интервью Э. Неизвестный говорит, что в 1930-е г. была создана типология праздничного оформления, над ней работали Родченко, Черемных, Маяковский, Татлин, Лисицкий, Мейерхольд; для своего времени всё было ново и смело; пора искать новые формы... Имена, кроме Черемных и Маяковского, в 1966 году звучат ещё непривычно, так журнал выполнял миссию восстановления памяти об отечественной визуальной культуре и дизайне.

Проектная идея журнала «РТ» способствовала формированию образа такой страны, которую видели авторы: страны свободных, мыслящих, широко образованных граждан; страны людей, живущих творчески, задумывающихся об истории и ценностях, создающих свой мир. Жизнь, какой она моделировалась в дизайне «РТ», была увлекательной, зрелищной, насыщенной – полной, а «*именно этого-то мы и жаждем*», как утверждал У. Моррис.

Читателей приучали мыслить нешаблонно, исторично, проектно, образно, прибегать к лучшим культурным ассоциациям, а для этого нужны яркие, легкие, подвижные и креативные умы. Сегодня их недостаёт в рекламе, графическом дизайне, хотя технологии и языки дизайна ушли далеко в сторону фотошопа и виртуальности, только с точностью и глубиной графических «текстов», с широтой культурных ассоциаций есть проблемы.

После «РТ» у нас были хорошие издания, но этот журнал остался вершиной большого айсберга, прорыва на мутном графическом фоне. Он запомнился всем, соприкасавшимся с ним, и не случайно о нём до сих пор вспоминают и пишут, хотя многое ушло в небытие.

ОБ ИНФРАСТРУКТУРЕ СОВЕТСКОГО ДИЗАЙНА

Важную роль в создании послевоенного дизайна играла информация: реферативные обзоры, переводные книги. Но профессиональной литературы – книг, учебников было чрезвычайно мало на трехсотмиллионную страну.

Для дизайнеров страны ВНИИТЭ начал выпуск методологических и информационных изданий: «Библиотека дизайнера», в которой вышло 20 сборников и монографий; периодический реферативный сборник «Художественное конструирование за рубежом»; сборники статей «Вопросы технической эстетики»; «Труды ВНИИТЭ. Техническая эстетика»; «Художественно-конструкторское образование». Тиражи были небольшими, в среднем 500 экземпляров, однако распространявшийся по подписке бюллетень «Художественное конструирование за рубежом» имел тираж больше 2 тыс., а тираж журнала «Техническая эстетика» приближался к 30 тыс. (к моменту своей кончины), что немислимо по нынешним меркам.

С изданий ВНИИТЭ в стране и ведётся отсчёт профессиональной литературы. Издательство «Искусство», благодаря В.Р. Аронову, выпускало серию «Проблемы материально-художественной культуры», в которой напечатаны переводы трудов патриархов дизайна [Земпер, Готфрид. Практическая эстетика / Готфрид Земпер / пер. с нем. яз. В.Г. Калиша; сост., вст. ст. и предисл. В.Р. Аронова. – М.: Искусство, 1970. – 320 с.; Гропиус В. Границы архитектуры / пер. А.С. Пинскер, В.Р. Аронова, В.Г. Калиша; сост., науч. ред. и предисл. В.И. Тасалова. – М.: Искусство, 1971. – 287 с.; Нельсон Д. Проблемы дизайна / пер. Д.Э. Куниной и Д.В. Сильвестрова; под ред. и с предисл. К.М. Кантора. – М.: Искусство, 1971. – 208 с.; Розенталь Р., Ратцка Х. История прикладного искусства нового времени / пер. с англ., пред. и указ. Д.В. Сильвестрова. – М.: Искусство, 1971. – 273 с.; ил.]. Здесь же издавались книги отечественных и зарубежных авторов. Информация помогала определиться «призывникам» от дизайна, многие из которых имели лишь косвенное образование вроде художественно-графического.

Легче было с периодикой. Журнал «Декоративное искусство СССР» стал журналом декоративных искусств и дизайна. Проблемы дизайна иногда рассматривались «Творчеством», «Искусством». В этот начальный период 1960-х гг. о дизайне писали многие газеты, вроде «Правды», как правило, или «Известий». Огромным тиражом распространялись книжки эстонского альманаха «Искусство и быт» / «Kunst ja Kodu». Он выходил раз в 2-3 месяца, на русском и эстонском языках в 1958 – 1990 гг., всего вышло 59 номеров. [В 2012 г., во время Таллинской триеннале, состоялась выставка, посвященная наследию журнала. URL: <http://www.trtr.ee/en/2009eng/exhibit09/arhome09>].

Альманах преследовал цель формировать массовый вкус людей в вопросах предметной среды, жилья, аксессуаров. У этого популярнейшего в СССР издания было два периода: эстетический, просветительский при редакторстве Лейды Мэдиссон (1958 – 1971). Когда редактором стал выпускник факультета промышленного дизайна Эстонского художественного института Андрес Толте, альманах знакомил с искусством и творчеством эстонских и европейских дизайнеров, работы которых критики могли видеть во время поездок в Европу. Был уклон в сторону авангардных тенденций, что позитивно воспринималось частью аудитории. Тираж журнала колебался от 25 до 40 тыс. экз. (временами и 100 тыс.). Журнал был популярен и доступен повсеместно.

Основными источниками информации для дизайнеров, студентов были журналы соцстран, которые не только продавались в розницу, но распространялись по подписке: польский журнал «Проект» (Projekt), склонный к актуальной культуре и авангардному дизайну; лейпцигский журнал о промышленном дизайне «форм+цвек» («form+ zwek», именно так – со строчной буквы: «форма и цель»); немецкий журнал о графическом дизайне и рекламе «Нойе Вербунг» («Neue Werbung» – «Новая реклама»), чехословацкий журнал «Умене а жемесла» («Umění a řemesla»), журнал визуальных искусств и графического дизайна, издававший Международной организацией журналистов в Будапеште на русском языке «ИнтерпрессГрафик» («InterpressGraphic»). Западные

издания были доступны ВНИИТЭ и его филиалам, студентам художественных вузов и абонентам центральных библиотек вроде Ленинки или Библиотеки иностранной литературы в Москве. Здесь читатели активно «выпластывали» иллюстрации за отсутствием копировальной техники. Интерес ко всем изданиям был огромен: поездки за рубеж затруднены, журналы удовлетворяли любопытство начинающих дизайнеров и «потребителей», которых становилось всё больше.

С конца 1970-х гг. становились привычными выставки дизайна – вся ВДНХ в Москве и ей подобные в союзных республиках, международные экспозиции становились объектами интереса. В огромную дизайнерскую площадку превратился **Экспо-центр** в Москве на Красной Пресне, где с к. 1970-х гг. проходили тематические выставки: мебели, оптики, светильников, промышленного оборудования, такие как национальная промышленная выставка «**Италия-2000**».

Выставка «**DESIGN&design**» на ВДНХ (декабрь 1979) стала первой экспозицией итальянских разработок, награждённых премией «Золотой циркуль». Выставки помогали уйти от виртуальных фантазий и понять реальность: принципы, ценности, методы, заложенные в той или иной школе, разработках, творчестве мастера раскрываются в прямом контакте. Для нового дизайна он был тем важнее, что существовал крен в техницизм, рационализации и механистичность – достаточно полистать номера «ТЭ» за различные годы, чтобы легко ошутить переоценку авторами и «школой ВНИИТЭ» формально-логических подходов и методологий. Без квалиметрии дизайн не обходится. Она – инструмент, помогающий дизайну как **искусству проектирования**. Но дизайн, как и архитектура – искусства, а не технологически-производственная деятельность, украшенная «эстетикой» для приличия. Интересно на схожую тему говорил В. Гропиус: «Необходимо творчество как манифестация своего внутреннего бытия. Только такое творчество обеспечивает значительность духовного смысла; механическая работа безжизненна, её Цель — Мёртвая машина» [Вальтер Гропиус, Границы архитектуры, М., 1971, с. 229]

Выставка «**DESIGN&design**» была разочаровывающее простой и неброской, что отметил в публикации о ней **Р.О. Антонов** [Антонов Р.О. Выставка итальянского дизайна // ТЭ. – 1980. – № 4]. Я испытал шок, прилетев с коллегами на выставку из Тюмени. Но что-то зацепило, захотелось вернуться. И второе впечатление было обратным, восторженным. Открылись смыслы разработок, их декларативная скромность и проектное остроумие, продуманный и неагрессивный гуманизм.

СССР становился участником мирового обмена дизайнерскими идеями. В стране организовывались крупные важные экспозиции, такие как выставка 1984 г. «**Японский дизайн. Традиции и современность**» [Аронов В.Р. Японский дизайн. Традиции и современность // ТЭ. – 1984. – № 12]. Проходила она в огромном выставочном зале ЦДХ.

Экспозиций становилось всё больше. Отечественный дизайн обзавёлся развитой инфраструктурой, имевшей опыт, систему критериев и достижения. Чего стоила одна только дизайн-программа «**БАМЗ**» 1982 – 1986 гг. По официальной статистике государственная служба дизайна в стране насчитывала не менее 10 тыс. сотрудников. Выставки дизайна мира позволяли опуститься с высот самомнения и увидеть различные системы ценностей и методов.

Пожалуй, лишь несколько российских разработок тех лет могли бы сравниться с лучшими образцами мирового дизайна не только оригинальностью функций, но и самобытным дизайном. Речь идет о питерском запатентованном изделии – музыкальном центре «**Корвет 003, 038**» рубежа 1970-х – 1980-х гг., а также уникальной и демонстрирующей зрелость государственного дизайна программы БАМЗ (Бытовая аппаратура магнито-звукозаписи).

[На сайте Московского музея дизайна содержится много видеоматериалов – свидетельств дизайнеров о российском дизайне. URL: <http://www.youtube.com/channel/UCtVA8Q8REE6HE7GYoFtoPSA>]

Авторами первой были **Геннадий Григорьевич Бакастов, Александр Арсеньевич Игнатъев** (в инете висит копия их патента на акустические колонки), **А.А. Васильев**. «Корветы» отличались нафаршированными остроумными находками: и сама «вертушка», и акустика. Проигрыватель дисков был интересен рядом новаторских деталей – тихоходным прямым приводом диска с низким уровнем детонации и рокота, уникальным гироскопом, в котором закреплялся тонарм (звукосниматель): гироскоп демпфирует резонанс в горизонтальной и вертикальной плоскостях и обеспечивает тонарму свободно-равновесное состояние, важное для качественного воспроизведения. Внедрена система пылеудаления, актуальная для винила, в котором возникает электростатическое электричество. Гироскопу подчинялась форма прозрачной крышки проигрывателя со сферическим выступом.



Механика и электрика обеспечивали высочайшее для того времени качество звукоизвлечения: низкие механические и динамические наводки и искажения, широкий диапазон воспроизводимых частот, превышающий возможности человеческого уха. Тонарм и головка дают равномерный звук с обеих дорожек диска, есть регулировки, обычные в таких устройствах – антискатинг и т.п. Сетевые ценители качественного звука обсуждают, что рокот и вибрация не до конца удалены: врождённая особенность наших радиолюбителей в том, чтобы критично оценивать разработки и их улучшать. Любители, если верить журналу «**Радио**», мастерски доводили промышленные разработки до идеала

(сам знаю таких), более того, вручную делали устройства, немыслимые для промышленных серий, например, автоматы, проигрывавшие и переворачивающие виниловые диски.

В «Корвете» использованы «акустические линзы» для равномерного воспроизведения различных частот широкого диапазона в пространстве. Конусовидные опоры колонок и вертушки, выраженный техницизм, эффектная укрупненная пластика музыкального комплекса (есть различия в проработке диска пластинок в версиях 003 и 038) воспринимались неожиданно и футуристично, непривычно смотрятся и сегодня. Филофонисты и радиофаны – публика умеренная, консервативная, не склонная к отклонениям от привычной стилистики и больше озабоченная абсолютным звуком. У комплекса был один недостаток – цена. При средней зарплате в СССР около 230 рублей в месяц он стоил около 680 рублей. Потому был доступен скорее иностранным студентам, учившимся в СССР. Этот же ценовой фактор помешал и «бешеному» успеху еще одной значимой разработки 1980-х гг. – проигрывателю дисков высшего международного класса «**Электроника Б1-01**», магнитофону высшего класса «**Олимп**» и его версиями. Качество звука этой аппаратуры чрезвычайно высоко. Самобытный дизайн и остроумные находки были одной стороной, второй была цена «Электроники» в 385 рублей и магнитофона около 600 руб. и выше (в сегодняшних ценах от 120 до 180 тыс. руб). Как и «Корветы», «Олимпы», «Электроники» – это всё аппаратура hi-end, то есть запредельного качества звука, и до сих пор эту технику ищут, продают, покупают, модернизируют – через 30 лет после начала выпуска. Возврат к «винилу» произошел в 1990-е гг.

Мы вышли на проблему, чрезвычайно важную для развития промышленного дизайна: проблему разнообразия аппаратуры, её классности, потребительских качеств и – социального статуса. На рубеже 1970-х – 1980-х гг. весь комплекс проблем сошелся в разрабатывавшейся ВНИИТЭ программе **БАМЗ** (бытовой аппаратуры магнитофонозаписи). Она была представлена как система промышленных образцов на большой выставке «**Дизайн-81**» и рассчитана на осуществление в 1980 – 1986 гг.

Бренд дизайна тех лет: «*Дизайн – эффективность и качество*». Под таким девизом и открылась в декабре 1981 году выставка на ВДНХ, организованная ВНИИТЭ. Она работала почти полгода, до апреля 1982 г. и показала зрелый срез российского промышленного дизайна: станки и современную кабину комбайна «**Мещера**», фото- и радиотехнику, упаковку – практически все виды проектных разработок. Остроумной была и сама экспозиция, собранная из слегка изогнутых листов оргалита и прозрачного акрила, скреплённых деревянными и акриловыми «прищепками».

Изюминкой была БАМЗ. Программа предполагала единую философию и этику проектирования всей радиопродукции в стране, единую методику и продуманную линейку аппаратуры, а также растянутую во времени эволюцию отечественной техники – от модернизации на первом этапе до радикальной разработки всех видов аппаратуры. Одновременно должны были быть решены и проблемы социального, технологического и потребительского неравенства. Речь идёт о том, что до начала разработки аппаратура делилась на несколько классов. По принципу: низшие классы (3, 4) – дешево и некачественно. Чем выше класс – тем дороже изделие и лучше звук. Для страны, декларировавшей социальное равенство, такая ситуация была сомнительна. Впервые дизайн должен был направляться к социально ответственному, технологически остроумному и учитывающему экономические особенности системному проектированию. Не в теории, а на практике, и, понятно, эта задача была новой и непростой.

В коллектив разработчиков входил идеолог Л.Б. Переверзев, о котором мы говорили выше – музыкант, философ, социолог, разносторонний и энциклопедически образованный человек. Многие годы он выступал в прессе по культурологической и социальной проблематике, в том числе касающейся человека и техники [Переверзев Л.Б. Домашняя радиоэлектроника: интерфейс для хай-фай // Творчество. – № 1. – 1984].

Вместе с другими коллегами он создал идеологию программы, типологию устройств, план осуществления.

На выставке «Дизайн-81» были показаны комплексы аппаратуры звукозаписи «**Комета**», «**Орбита**», «**Нота**» и другие известные массовые марки. Но это было явление народу космоса – все они теперь выглядели фантастически необычно.

Программа не унифицировала технику – работали дизайнеры различных предприятий, но все они прорабатывали собственный сегмент техники. Едиными становились методические требования. Например, вводилась новая классификация: не от «плохого» класса до «очень хорошего», а по набору опций или потребительских свойств. Покупатель мог купить только недорогую магнитофонную приставку с выводом звука на наушники. Постепенно к ней можно было приобрести усилитель и акустику, устройства дистанционного управления, проигрыватель дисков или кассетный магнитофон. Создавалась типология (линейка) устройств, которые единым образом соединялись, имея разные опции и функции.

Программа была разработана до уровня новых моделей аппаратуры. Часть из них выпускалась в «промежуточном» варианте, определяемом технологическим состоянием производства. Например, **Бердский радиозавод** (Новосибирская область) выпускал магнитофон-приставку «**Нота**», чрезвычайно популярную у молодёжи и недорогую. Звук в ней выводился на наушники или на отдельный усилитель. Тот же завод со временем наладил выпуск магнитофона «**Вега МП -122С**», высокотехнологичной приставки с программируемым воспроизведением, при котором можно было задать последовательность слушания фонограмм, переписывать звук с одной кассеты на другую. Имелась опция записи на высокой скорости, обеспечивавшая высочайшее качество звука.

Высокотехнологичные цеха начинали производство новейшей интеллектуальной аппаратуры в «окончательном» варианте, например, магнитофон-приставку «**Орбита**» первого класса в Ленинграде, тот же «Олимп» в Кирове.



Программа дала мощный толчок дизайну радиоаппаратуры. Её результатом стала разработка великолепных и самобытных устройств. Самобытность состояла в широком использовании цвета и колористической «жизненности», к чему позже в 1990-е гг. придут ведущие фирмы, такие как датская «Бэнг энд Олуфсен» (B&O), немецкая «Лёве» (Löwe), а в 2000-е гг. и «Сони», «Нокия», «Самсунг». Разработки БАМЗ стилистически игнорировали «статусность» японских и американских аппаратов, делавшихся в дереве, алюминии и черной пластмассе с молдингами-накладками из матового и полированного алюминия. Они исходили из свободного формально-стилистического поиска, были по-русски умными и

красивыми. Приборы различались набором опций, как мы сейчас говорим, а вовсе не тем, что звук аппаратуры IV класса был похож на плохой хрип. Аппаратура высшего класса впечатляла идеальным звуком и возможностями. Дизайн по большей части был скульптурным или с налётом скульптурности и изяществом проработки деталей – впервые.

Аппараты становились доступным в условиях низких советских кредитов (2%) и в формате постепенного доприобретения устройств и принадлежностей. Менялись цвет, габариты, стилистика. В начале восьмидесятых техника была еще аналоговой, во второй половине началась разработка цифровых приборов, время которых пришло лишь через 10 лет, забив кол в аналоговую аппаратуру. С другой стороны, «Бэнг энд Олуфсен» пришла к цифре в к. 1990-х гг. и до последних лет выпускала аналоговую технику с качеством цифровой. Напомним, что цифровая радиоаппаратура даёт удобства, главным из которых является микроминиатюризация, а также низкое потребление энергии, более простые интерфейсы. Недостатки – порог качества звука, несоединимость программ, кодеков, систем сигналов, почему винил вернулся и, похоже, сфера его использования ширится.

Аппаратура БАМЗ требовала создания новых производств: производственных линий, массового выпуска новых материалов и комплектующих. Далеко не все предприятия к этому были готовы. Выпуск бытовой техники часто велся на военных или конверсионных предприятиях, для которых «какая-то бытовуха» представлялась побочной деятельностью. Из-за этого такие выдающиеся по дизайну, тонкости и изощренности проработки, как магнитофон-приставка «Нота» высшего класса, не пошли в серию. При серийном производстве наши медленные заводы упрощали цвет: так, великолепная по дизайну и звуку «Орбита» выпускалась не в «духовном» синем цвете, а в «усталом» брауновском светло-сером. С приходом 1990-х гг. вся эта техника рухнула и заменилась иностранной, как правило, недорогой китайской, а также произведённой в Малайзии, на Тайване и в Гонконге, в том числе под брендами известных фирм. Мощная российская промышленность, как и американская, была неповоротлива, мобильнее оказывались юго-восточные или европейские производства.



Уроки дизайн-программы БАМЗ показали: только национальные инновационные дизайн-программы, объединяющие предприятия, интеллектуальный и технологический потенциал, способны создавать прорывные разработки, учитывать социальные потребности, технологии. Только в надкоммерческом уровне может быть проектирование национального значения, при котором можно системно решать социальные, экономические и культурные проблемы. Именно национальные дизайн-программы преодолевают

потребительский, технологический и художественный хаос и выводят на экологический уровень проектирования. Дизайн-программы обладают творческой, гуманитарной, инженерно-технологической и производственной синергией. Они дают толчок всему, что попадает в их поле и одновременно обладают интеллектуальной и творческой свободой, ограничиваемой обычно конкуренцией, короткими кредитными деньгами и жёсткой зависимостью от конъюнктуры. Рывок, совершённый дизайном и в широком смысле отечественной проектной культурой, очевиден. Он был важен для самосознания дизайнеров, расширения их опыта. Нарботанные методологии актуальны до сих пор.

О МЕТОДИКАХ ПРОЕКТНОГО ТВОРЧЕСТВА

Модель промышленного дизайна, развивавшаяся в СССР с 1950-х по 1980-е гг., соответствовала своему времени, но для дальнейшего оказалась неэффективной, несмотря на прорывы, достижения. Уровень индустриального дизайна оказался не самым жизненным. Главной была проблема внедрения разработок дизайнеров. Об этом рассказал в рамках выставки «Советский дизайн 1950-х – 1980-х гг.», организованной Московским музеем дизайна, руководитель отдела экспозиционного проектирования ВНИИТЭ Владимир Павлович Анисимов [<http://www.youtube.com/watch?v=xUSeN1hd21g>]. Но дело не только в этом.

Да, появились удивительные отдельные разработки, сложились теоретические концепции, сегодня, к сожалению, мало доступные, хотя есть «Библиотека дизайнера», в которой изданы сборники о ленинградской, московской, харьковской, свердловской школах дизайна, интересные аналитикой в той же мере, в какой и посредственно поданы полиграфически.

[Ленинградская школа дизайна: Опыт подготовки дизайнеров в ЛВХПУ им. В.И. Мухиной / В.Г. Бандорин и др. – М.: ВНИИТЭ, 1990; Московская школа дизайна: Опыт подготовки специалистов в МВХПУ (б. Строгановское). – М.: ВНИИТЭ, 1991; Уральская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров в Свердловском архитектурном институте: Метод. материалы. – ВНИИТЭ, 1989; Бойчук А.В., Даниленко В.Я и др. Харьковская школа дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1992. — 116 с.]

Бедой отечественного дизайна, как это виделось тогда, и ещё более очевидно сегодня, была та, что слишком много внимания уделялось методикам и технологиям проектирования и чрезвычайно мало личностному началу, интуиции и проектным откровениям, не всегда укладывающимся в прокрустово ложе рационализаций.

В этом не было злого умысла: технократическое мышление страны соединилось с «методологическими» привычками философов, методологов, теоретиков, избравших дизайн полем приложения амбиций. Много правил и закономерностей – мало простора для личности. Наши интеллектуалы XIX в. сомневались в рационализациях: «Ум любит простор, а не ранжир» (П.А. Вяземский; «Ум – это парник, в котором зло выводится как огурцы» – К.К. Случевский). Дизайн интересен именно авторским взглядом на мир. Личность писателя, живописца, интерпретатора событий позволяет нам увидеть новое в понимании событий, и появляется оно как субъективное открытие. Большой дизайнер, архитектор открывает суть вещей, как и художник или учёный.

В сложном и усложняющемся мире важны технологии и опыт решения проблем. Но ни методы, ни технологии не должны иметь абсолютного значения, как и субъективная воля не должна навязывать случай. Рационализации отличаются от целостного мышления, в котором резоны и аналитика сопутствуют чувству, эмоциям, ассоциациям и проверяются ими. «Художественное сознание», художественное мышление могут быть произвольными, пустыми, а могут – «провидческими», сущностными. Важны ценности, аргументы, время, задачи, искусство погружения в предмет.

Чрезмерная технологизация и методологизация живых процессов, возможно, и определили, что в отечественном дизайне оказалось немного шедевров. Потрясающе красивые, человечные продукты вроде магнитофонов высшего класса «Электроника» или

«Нота» с интеллектуальными интерфейсами – примеры и абстрактной красоты, и выстраивания доброжелательных отношений человека с техникой, и тщательнейшей и глубокой их проработки.

К середине 1980-х гг. методологическая «вооруженность» была велика, разрабатывались целые программы. Программный подход при проектировании крупных групп товаров или процессов, затрагивающих всё общество. Принципиально новой была не только проектная свобода, но и соединение социальных, технологических и инженерных решений с искусством формы. Нарастало понимание авторского начала в дизайне, примером чего стали проекты **Дмитрия Азрикана**, создавшего первую авторскую студию. Она разрабатывала интеллигентные продукты, а в формальном смысле соединяла техницистические приёмы со скульптурной стилистикой.

Дизайн начал разделяться на несколько версий, даже внутри промышленного дизайна, и студия Азрикана тому пример, как и кафедра программного дизайна, появившаяся в ЛВХПУ им. Мухиной, и уничтоженная в последние годы. Проектировщики злоупотребляли рационализациями, опирались на формально-логические подходы, на методики, становившиеся вредными для живого процесса. Таков был «мейнстрим» – поток «вниитэвского» дизайна, насаждавшегося теоретиками, методологами, авторами ряда публикаций «Технической эстетики», многие из которых сочинялись на канцелярском языке инструкций и были отвратительны технократизмом. Эта основная версия сильна на уровне слов, статей, книг, схем, «систем» и «программ», но беспомощна в создании общечеловеческих продуктов. Повторимся: чем сложнее мир, тем в большей мере он зависит от методов проектирования и перепроектирования. Но опасна вера в то, что математический алгоритм панацея. Игнорируются воображение, интуиция, эмоции – чувство красоты, являющееся, по утверждениям М.В. Симонова, универсальным чувством и далеко не простым. То, что наш «рационально-методологический» дизайн рухнул, а интуитивно-чувственный итальянский продолжился и сегодня, показательно. Впрочем, качество и потребительские свойства лучше всего оценивает покупатель и магазин, хотя и эта оценка неполна, как любые оценки.

Мудрость российского дизайнера и его создателей состояла в том, что если ВНИИТЭ и вся система промышленного дизайна основывались на формально-логических, технократических способах и критериях, то одновременно была создана альтернативная версия отечественного дизайна. Сами создатели обозначили ее как «художественное проектирование» или «артдизайн», или еще проще «Сенеж».

«СЕНЕЖ»

«Сенеж» (1964 г., официальное наименование – Центральная учебно-экспериментальная студия Союза художников СССР) стал альтернативой прикладному функционализму. Правящий режим 1960-х гг. был умнее, чем иногда представляют. Параллельно с основной версией дизайна, какой была версия ВНИИТЭ и ведомств, развивалась другая, под патронатом Союза художников СССР и не обременённая производственными проблемами. Располагалась студия в Москве на улице Танеевых, 2 (теперь Малый Власьевский переулок). Главный офис – особняк XVIII века с деревянными белёными колоннами «под камень». Сенеж – название Дома творчества Союза художников, по имени Сёнежского озера на северо-западе Московской области, где дом творчества и располагался, поначалу в деревянных корпусах, потом уже в каменных хоробах [Видеовоспоминания М.А. Коники: http://www.youtube.com/watch?v=U_8vIxDAlYk].

Художественным руководителем стал **Евгений Абрамович Розенблюм**, идеолог и руководитель проектов. У студии появился научный руководитель – **Карл Моисеевич Кантор**, заместитель главного редактора журнала «ДИ СССР». Директор студии (у студии была объёмная общественная и проектная деятельность) – **Наталья Ивановна Титова**. С

1975 г. руководителем семинаров поочередно с Розенблумом стал **Марк Александрович Коник** (1938, Ташкент), театральный художник, выпускник Ташкентского театрально-художественного института.

Евгений Абрамович Розенблум (1919, Ростов-на-Дону – 2000, Москва), архитектор, выпускник МАРХИ (с перерывом на Великую Отечественную войну). Ещё до окончания МАРХИ (в 1947 г.) в 1945 г. преподавал в Военно-инженерной академии им. В.В. Куйбышева. Некоторое время проектировал, например, типовой проект горно-строительного техникума (1949, руководитель Л.К. Буров). В 1950-е гг. работал **ВСХВ-ВДНХ**.

[Выставка достижений народного хозяйства – крупнейший архитектурно-выставочный и парковый ансамбль, возводившийся с 1935 г. на северо-востоке Москвы. Предшественник – выставка (ВСХВ), располагавшаяся в 1923 г. на месте нынешнего Парка культуры и отдыха на Крымской набережной. В 1939 – 1959 гг. х именовалась преемственно: Всесоюзная сельскохозяйственная выставка, в 1959-1991 гг. – Выставка достижений народного хозяйства (ВДНХ СССР), с 1992 г. Всероссийский выставочный центр – ВВЦ. 14 мая 2014 г. выставке возвращено историческое название, за что проголосовали более 90% москвичей. ВДНХ вернулась в собственность Москвы. Территория – 237,5 га, площадь павильонов ок. 134 000 кв. м.]

Архитектурный критик **Григорий Ревзин** так отозвался в одной из публикаций о личности Розенблума и студии: *«Евгений Абрамович был так велик и грандиозен в узких кругах, что говорить о нём человеку хоть сколько-нибудь посвящённому следует с придыханием. Он некоторым образом придумал дизайн как вид деятельности, назвал его станковым проектированием, а потом ещё собирал молодых людей на Сенеже, и там у них случилась сенежская студия, которая была очень прогрессивной по взглядам и неформальной по поведению».*

Розенблум был человеком проницательным, с острым умом и большой культурой – лидер, ёмко и точно понимавший существо проблем. Авторитет его был огромен. Студия стала мозговым центром отечественного арт-дизайна (альтернативного дизайна), в студию собирались на семинары и с ней сотрудничали многие самобытные люди. Соорганизатором и одним из руководителей науки стал Вячеслав Леонидович Глазычев, с ностальгией и юмором вспоминая о сенежской истории [Глазычев В.Л. Опыт Сенежской студии. URL: http://www.glazychev.ru/publications/articles/2004-03-11_opyt_senezh_studii.htm]. Постоянными консультантами и участниками семинаров были **Ксения Андреевна Кондратьева** (позже – декан факультета дизайна Строгановки), Олег Игоревич Генисаретский, Владимир Рувимович Аронов, Александр Гербертович Раппапорт и другие, помогавшие и мешавшие студии. Из помогавших вспомним **Елену Михайловну Шапошникову** и **Константина Ивановича Рождественского**, секретарей СХ СССР, опекавших студию.

В поисковиках огромное число учеников студии декларируют, что обучались в ней. Глазычев отмечал, что через студию прошли 2 тыс. семинаристов. Изначально это был двухмесячный проектный семинар, проводившийся как на «Сенеже», так и в городах России и за рубежом. В какой-то период (с 1975 г.) была попытка трансформации студии в очно-заочную четырёхлетнюю высшую школу. Семинаристами становились дипломированные архитекторы и дизайнеры и самобытные личности, увлечённые дизайном, или состоявшие на дизайнерских должностях в разных городах СССР и соцстран. Это был эксперимент с непрерывным образованием, при котором человек независимо от базовой квалификации осваивал новые навыки и проектное мышление. Закончилась история студии, как и многих советских организаций, в 1991 г. Литература о студии огромна, российская и зарубежная, но большая её часть – репортажные фрагменты или суждения. Впрочем, описательностью грешит большая часть заметок об истории «второго дизайна». Сегодня информация о «Сенеже» ушла в песок. Есть две книги, дающие представление о студии, их написали Е.А. Розенблум и М.А. Коник, но и они дают лишь небольшой срез огромной творческой и проектной работы [Розенблум Е.А. Художник в дизайне. Опыт работы центральной учебно-экспериментальной студии художественного проектирования на Сенеже. Предисл. Л. Жадовой. – М.: Искусство, 1974. – 176 с.: 24 л. ил.;

Коники М.А. Архив одной мастерской. Сенежские опыты. – М.: Индекс Дизайн, 2003. – 324 с., – 212 ил.]. Судя по всему, уничтожены тысячи слайдов с фотографиями известных и неопубликованных работ.

Деятельность студии вызывала и – на удивление – вызывает споры. Её проектные принципы основывались на погружении в предмет проектирования, на художественной интуиции и интерактивности в противовес механистичным методам промышленного дизайна, «научным» методам. ЦУЭС революционизировала язык отечественного дизайна, введя в обиход опыт современного искусства, образ, метафору, творческий поиск и нелюбовь к стандартам. Это казалось «дешёвым популизмом», вызывало агрессивное неприятие правоверных функционалистов. Благодаря проектам, макетам, выставкам студии (они проходили в России и Европе) и журнальным публикациям, российский дизайн обогатился современными выразительными средствами, в первую очередь это относится к эксподизайну, дизайну среды, но и другим жанрам.

Первоначально студия проектировала всё те же промышленные изделия: творожные машины, мукомольные аппараты, линии раздачи столовых. На этом пути новаций не оказалось, хотя *«опыт – сын ошибок трудных»* и приобрёлся. Средства функционализма оказались непродуктивными, холостыми. Шёл мировой кризис утилитарного дизайна, из кризиса выходили по-разному. Перелом произошёл в работе над экспозициями **«Музея А.С. Пушкина»** на Арбате и на Пречистенке, проекте **«Салона самолета ТУ-144»**.

В проекте салона ТУ-144 опробовались несколько методов, назовем их условно: *«образных ассоциаций»*, *«функциональных ассоциаций»*, *«историко-культурных ассоциаций»*. Впрочем, если приглядеться к проектному поиску, мы найдем методы, которые сегодня называем «типологический», «сценарный» и иные.

Анализировались формы готового самолета, а они были – очевидно – аэродинамичными и бионическими. Анализ ввёлся в форме графических поисков и даже скульптуры, в которых нарабатывались формы, прямые и косвенные ассоциации. Упражнения активизировали руки и мозги. Анализировались сценарии поездок в прошлом и сегодня. Историко-культурный метод позволил понять природу современных путешествий сравнительно с историческими, литературными и мифологическими образами. Так, к примеру, неожиданно возник эскиз-скульптура про Емелю, или ковёр-самолёт. Как ни странно, Е.А. Розенблюм принуждал семинаристов искать понимание современности в прошлом, а сам комментировал в одной из лекций решение так: прежде в поездках нормой было «присесть» на вещички и на всякий случай не контактировать с соседями. Сегодня доброжелательность и общительность стали нормой, поездки превратились в обычное дело. Слетать на пару дней в другой город на выставку, концерт, спектакль в 1970-е гг. не было редкостью. В дороге люди убивали время разговорами, читали, работали или наслаждались уединением. В эскизах моделировались все поведенческие ситуации: рисунки В.К. Егорова представляют идеальные сценарии поведения в полёте.

«Античные» мужчины и женщины, типаж которых навеян греческой вазописью и скульптурой, общаются друг с другом свободно, смотрят в иллюминатор, читают, пребывают «в себе». В привычных креслах мы сидим затылками друг к другу. В этом проекте кресла располагаются на единой стойке, два крайних ориентированы в одну сторону, а среднее в противоположную. Пассажирам обеспечивается свобода поведения и положения. В кресле компрессор, поэтому сиденье, спинка, могут менять конфигурацию.

Благодаря методу сценирования дизайнеры вышли на особую компоновку салона: 3+3 вместо положенных по габаритам самолета 3+2 в ряд. Графические клаузуры навеяли идею мягкого освещения салона со скрытыми источниками света, ставшее теперь обычным. Более традиционно решён салон бизнес-класса: высокие кресла и четырёхрядная компоновка салона.

И последняя новация – раскраска самолета. Проектировщики пришли к «бионичной» расцветке, наподобие птиц или бабочек. Цветные макеты ТУ-144 показывались на фоне ландшафтной графики. Пёстрая раскраска самолетов определялась ещё и желанием соединить дизайн с современным искусством, давно говорившим языком экспрессивного цвета, колористических метафор. Полихромность и цветовая свобода в 1970-е гг. были прорывными.

В каждом проекте студии своя методология поиска и проектирования, своё формообразование, определявшиеся внутренней природой темы. До этого пластическая культура была аскетичной (сейчас бы доза скромности и чистоты не помешали). К примеру, автомобиль не мог быть зелёным или жёлтым. Допустимыми цветами были белый, чёрный, синий (компромиссный голубой), красный, серый, в крайнем случае, зелёный. Впрочем, и сегодня в России преобладают белый, серый и чёрные цвета. Это уже «дизайн» шестидесятых навязал тотальный салат, повышавший, как объясняли в газетах, жизненный тонус и производительность труда. И вот «Сенеж» рушил эту догматику, открыв для проектирования всю палитру.

Проекты студии продвигали новую эстетику и методики. Студия эволюционировала к пониманию, что проект, макет являются такой же частью дизайна и культуры, как и реализованный проект. Для процесса не так уж и важно – идея, вещь или явление найдены проектировщиками. Даже, пожалуй, новые идеи важнее тиражных разработок, хотя последние и апробируют идеи. А значит, любой эксперимент, даже без перспективы реализации или рассчитанный на отдаленную перспективу, становится такой же частью культуры, как и осуществленный. Выставочные макеты, проекты, эскизы воюют за зрителя, его вкус и сознание, за его мозг и душу, и тем формируют культурную почву общества.

Дизайнер заинтересован продвинуть свои идеи. В скучном чертеже он не может выстроить глубокий контакт с массовым зрителем. Макет – ярчайшая форма визуализации идей. Студия научилась делать фантастические макеты: из бумаги с точной имитацией предметов. Цветные «макеты-картины», в том числе перспективные, ракурсные смотрелись произведениями искусства.

«Проект центра Коломны» (1983). Здесь как в театре выстроены кулисы и сцены-картины, живописная архитектура, деревья, облачка, фрагменты заборов – проектный театр. **«Проект исторической части и музея техники в Барнауле»** (1981); **«Пушкинская тропа»** и **«Музей-квартира А.С. Пушкина на Арбате»** (1968 – 1975); **«Проект города Тихвина»** (1973), **«Проект Ростсельмаша»** (1974), **«Проект КамАЗа»** (1974), **«Проект Западносибирского металлургического комбината»** (Запсиба, 1974); **«Проект старой части Минска»** (1975), **«Проект старого Баку»** (1976) и многие другие не просто производили яркое впечатление, они завораживали. Яркие формальные приёмы распространялись по стране, меняя отношение к формам проекта.

Разрабатывая навязшую в зубах наглядную агитацию для постаревшей территории Запсиба в Новокузнецке, проектировщики предложили цветовую и графическую реновацию территории: созданием палитры «старых» и активных цветов, в том числе и графики. Зрелищные растяжки-градиенты студия нашла в классическом японском искусстве. Японская классика богата условными приёмами: выразительной повествовательностью контура, линий, цвета. Средства ёмки и просты: движение тона всегда означает жизнь, глубину, эмоциональную наполненность.

На Запсибе по проекту формировались цветовые зоны. Среда для **наглядной агитации** (в шутку называвшейся художниками-оформителями *«наглящей»*) превращалась в колористические «среды» с доминирующими синими, голубыми, оранжевыми, кадмиевыми гаммами. Идеологемы оказывались в дружелюбной визуальной среде.

В аналогичном «идеологическом» задании для Ростсельмаша создаётся ландшафт или «версаль», как именует ландшафтные деяния «Сенежа» Глазычев. К «версально» добавляется кинетическая информационно-агитационная среда. На территории

складываются комфортные зоны отдыха и релаксации, выключаящие тружеников из производственного напряжения. Легко представить, как могли выглядеть эти техно-бионические островки, ведь зимой без зелени эти островки релаксации остаются цветными. Изменчивость цветовой и шире – визуальной среды, смена ощущений становились предметом проектирования.

В огромном проекте территории КамАЗа, как и многих других проектах, полностью не публиковавшихся в прессе, решалась многоголовая задача: создание визуальной комфортной среды, предельно естественной и дружелюбной, формирование производственной истории и соединение прошлого с настоящим. Все элементы соподчинялись друг другу: пространство, коммуникации, трубы, растительность, архитектура, производственная среда. «Агитация» переформатировалась в «информацию». На КамАЗе появлялся музей под открытым небом: площадка, на которой показывался процесс сборки и его результат – готовые автомобили. Интерактивные аудио-визуальные установки при желании могли воспроизвести интервью с работниками, показывали эволюцию завода, идеи создателей автомобилей, достижения товарной марки.

«Проект музея Пушкина» делался много лет и начинался с проектирования выставок в музее поэта на Пречистенке. У Александра Сергеевича (москвича по рождению и творческим темам) не было своего музея. Он возник только в 1957 г., в один из юбилеев поэта, а открылся в 1961 г. в особняке Хрущёвых-Селезнёвых на Пречистенке, 12/2. Музей создавался «миром» – усилиями горожан, подаривших множество раритетных предметов. Огромный труд жизни предпринял **Александр Зиновьевич Крейн** (1920, Москва – 2000, Москва), перешедший в 1958 г. из Министерства культуры в музей и посвятивший ему почти сорок лет жизни. При А.З. Крейне музей отделился от Литературного музея, оброс филиалами, стал модным и живым местом.

Многолетнее сотрудничество ЦУЭС и музея Пушкина образовало экспериментальную площадку, на которой создавались и апробировались методы и идеи. В мансарде на Пречистенке бережно хранился гигантский рабочий макет музея и другие проекты.

Первоначально на Пречистенке прошла серия выставок. Был наработан материал и методы создания музея-новодела. Предстояло решить трудную задачу – создать аутентичный музей практически из ничего. Помог метод «*экспозиционных натюрмортов*»: собравшиеся в музее экспонаты были случайны, разрозненны и не атрибутированы. Метод экспозиционных натюрмортов обязан истории с «Евгением Онегиным». В 1929 – 1933 гг. художник **Николай Васильевич Кузьмин** оказался участником домашних «чаепитий» у **Мстислава Александровича Цявловского** и его жены **Татьяны Григорьевны** в их маленькой квартире в Новоколюшешном переулке в Москве. Здесь собирались исследователи творчества и биографии Пушкина, например, знаменитый исследователь **Сергей Михайлович Бонди**. С середины 1920-х гг., благодаря неформальной обстановке у Цявловских, сложился научный центр пушкиноведения, к которому оказался допущен и Кузьмин. У чаепитий была система: «чаехлёбы» готовили сообщения о той или иной строфе поэта в контексте его жизни. Сообщения детально обсуждались. Так прояснялись факты, аллюзии, смыслы, скрытые в стихах. Позже Кузьмин сделал иллюстрации к «Евгению Онегину» в стилистике рисунков поэта. Роман вышел в 1933 г. в издательстве «**Academia**»; многократно переиздавался в разных странах и стал классикой научного и творческого союза. Отказавшись от привычных выдуманных образов-персонажей, Кузьмин разбросал рисунки на полях книги, как это делал сам поэт, но за рисунками уже были те или иные факты [Бакуменко В.М. Великий иллюстратор Пушкина Николай Кузьмин: http://www.rusnauka.com/29_NIOXXI_2012/Philologia/8_118203.doc.htm].

Экспо-натюрморты повторяли эту методику в проектном формате. Вещи для выставок подбирались по строфам и «картинам» Пушкина: столы и дуэльные пистолеты, портреты и мебель. Один-два известных предмета могли быть зацепкой, остальные

соединялись в группы по стилевому и смысловому подобию. Как уверял Е.А. Розенблюм, такой подход помог сотрудникам музея атрибутировать многие предметы, время и происхождение которых были неизвестны. В экспозициях студия отказывалась от витрин и казённых форм «умерщвления» экспонатов – натюрморты говорили на визуальном языке.

«Пушкинская авттюра», как и сам музей, развилась в другие проекты: Музея-квартиры (1975) на Арбате, 55; «**Пушкинскую тропу**». Александр Сергеевич после женитьбы жил на Арбате в квартире, интерьеры которой не сохранились. Исходником была только коробка, да разрозненные экспонаты из пречистенских фондов. В проекте квартиры Пушкина Розенблюм избрал идеологию «*священной пустоты*»: в вестибюле размещалась вводная выставка, в комнатах выстраивались инсталляции из предметов эпохи. В них долгое время был минимальный вещизм.

Проектировать помогло погружение в эпоху: изучение, быта, костюмов, живописи и графики. Объём эскизов был велик – от зарисовок и коллажей до рисунков и скульптуры «о времени», «по поводу». Законченный проект основывался на экспонатах из фондов музея и воссоздавал интерьеры того времени без витрин и стандартной музеефикации. Часть документов (копий) размещалась во вводном зале между сдвоенными стеклами-перегородками. «Пустоте» не хватало «священства»: аксессуаров, населяющих анфиладу квартиры. Вестибюль был собственно музейным – витрины, бумаги, документы, а дальше шла анфилада комнат, которые становились метафорами пушкинского времени и жизни. Это не до конца получилось – знаки были, атмосфера не сложилась. Сегодня пространство подпорчено большим числом купечески роскошных предметов, тканями. Интерьеры больше соответствуют сегодняшним представлениям о «дворянской жизни», тогда как интерьеры классицизма показались бы сегодняшним жителям бедными – классицизм!

Закончилась серия разработок масштабным проектом «Пушкинская тропа», в котором ставилась интересная задача – на всём протяжении от Арбата до Пречистенки восстановить атмосферу первой трети XIX в. и включить несколько аутентичных музеев в целостную среду. «Пушкинская тропа» выросла в единый историко-поэтический, литературный и музыкальный кластер, как мы сегодня говорим, в котором посетители могли погрузиться в жизнь и культуру XVIII – первой половины XIX в. Подобных проектов до того не было. Решения дизайнеров предполагали соединение внешней и внутренней сред или интерьеризацию улицы и экстерьеризацию внутренних пространств, что сегодня является важнейшей задачей мировой архитектуры.

Проекты студии публиковались в журналах «Декоративное искусство», «Творчество». Архив по-настоящему не опубликован, студия осторожно относилась к публикациям, Розенблюм объяснял это тем, что эпигоны подворовывают отдельные приёмы, не видя связи их с проектными задачами. Тем не менее, копирование и подражания не остановить, для этого и предназначаются выставки и публикации.

Каждый проект виделся руководству студии в разработках уникальных методик. Формы, методы мышления выводились из проектных задач. В конце XIX в. именно так учил работать великий **Павел Петрович Чистяков** (1832, с. Пруды Тверской губернии – 1919, Пушкин). Он воспитывал аналитическое мышление у А.Н. Бенуа, М.А. Врубеля, И.Е. Репина, В.А. Серова, К.А. Сомова, В.И. Сурикова – и все ученики были особенными.

Е.А. Розенблюм настаивал: *«Сверхзадача художественного проектирования — выявление и формирование культурных аспектов среды. Это один из способов интеграции гуманистической и технической составляющих современного мира. Это реальный путь превращения утилитарных предметов и систем в вещную среду, обладающую культурным содержанием.»*

Такой подход к проектированию предполагает его значимость в сфере деятельности культурной, символической, замыкающейся не на практический результат, а на мир знаковых характеристик, эстетических категорий, где процесс деятельности нерасторжим с его итогами.

Включение проектирования в систему культурной деятельности неизбежно повышает значение самого художественного творчества. Совсем иным становится цена творческой личности. И любые дискуссии об индивидуальности изделий промышленного производства, об индивидуальности среды разрешаются в конечном счете только утверждением индивидуальности проектировщика. Только от автора вещь или сумма вещей смогут получить свой культурный смысл. В них будет отражена культура их творца. Только тогда объект проектирования будет органичной частью культуры, когда его создатель, художник-проектировщик станет истинным «мастером культуры» [Е. А. Розенблюм. Художественное проектирование: стратегия и тактика // ДИ. – 1989. – № 9; то же: Хрестоматия по дизайну, с. 986 – 989].

Метод проектного погружения в исторический, стилевой, литературный, документальный контексты был нов. Не будем забывать и проектные тренинги, то есть активизацию средств дизайнерского высказывания. Не случайно «семинаристы» вспоминают их как ярчайшую школу. Впервые в проекте решались не только утилитарные задачи, он превращался в многослойный культурный продукт, не всегда очевидный, живущий в интуитивной художественной логике, а она глубже формальной.

Проектирование экспозиции Музея революции СССР (1975 – 1976), а по сути – музея истории России XX в., шло извилистым путём [Е.А. Розенблюм. Образ революции в пространстве музея // ДИ. – 1976. – № 11, то же: Хрестоматия по дизайну, с. 642 – 651; Художественное проектирование: стратегия и тактика. Хрестоматия по дизайну, с. 986 – 989]. Исторический анализ с участием специалистов позволил очистить концепцию истории от идеологизации и выбрать ключевые исторические точки. Такой начальной точкой стал зал **Российской империи** начала XX в. Страна представлялась активно развивающимся современным государством, одним из пяти в мире, страной быстро растущей промышленности, техники и технологий, науки и хозяйства, страной внешнего благополучия.

Контрастно выглядел зал первой русской **Революции 1905 г.** и сопутствующие ситуации: подпольные типографии, агитационная литература, историческое противостояние «хижин и дворцов». Внутренняя драматургия: в процветающей хайтековской стране появляются альтернативные движения, и не только газета «Искра», наборные кассы подпольной типографии и гранки листовок и прокламаций. Процветающая страна раздирается внутренними противоречиями.

Дальше – темы-залы со своей драматургией и контрастами: **Гражданской войны, Коллективизации, Первой конституции, Великой Отечественной войны, Космоса, Зала будущего...**

Визуальный рассказ, экспозиционные метафоры призваны были сформировать эмоциональный образ истории. Е.А. Розенблюм подчеркивал, что в эпоху визуальной культуры сохранять музей в форме учебника истории с текстовками и иллюстрациями-экспонатами бесполезно. Историю, события, время нужно прочувствовать. Зал **Октябрьского вооруженного восстания** – один из самых зрелищных. В центре броневики на зеркальном основании в окружении огромных гармошек: русская стихия, народный инструмент, воплощающий раздольность, безудержность жизни, причём инструмент многонациональный. Кадмиево-красная палитра, гармошечно-зеркальные поверхности, умножающие цвет – взрывной проектный оп-арт. В пространстве появляются лозунги и знаки, знамена, утрированные банты, заполняющие пространство.

Эмоциональной частью **Зала гражданской войны** должен был стать набор «художественных» символов: пулемёт, тачанка, духовой оркестр, привычные символы Гражданской войны. В музее Революции, оказалось, нет духовых инструментов для этого зала, как и тачанки, и их надо было искать.

В зале **Великой Отечественной** ключевыми деталями становились заводской станок, рядом с ним мостки: в заводских цехах трудились и несовершеннолетние дети, не достававшие до рабочих столов. Они же рядом спали на лежанках, сменяя друг друга – об

этом вспоминала, в частности, знаменитая певица **Людмила Зыкина**. Рядом со станком – рабочая пайка: половина булки хлеба, 2 – 3 картофелины, кусок селёдки (месячная рабочая норма в тылу равнялась 800 г хлеба и 60 г рыбы или мяса в день) и треугольник письма с фронта, одного из главных символов великой войны. Важно, чтобы наше сознание не просто пополнялось фактами, но запоминало эмоционально.

Зал фашизма решался в монохромной серо-чёрной мутной и агрессивной палитре. Зал по политкорректным соображениям не воспроизводился в медиа.

Зал космоса и экспозиция космических аппаратов – важная светлая и полихромная точка истории. В разрушенной послевоенной стране через несколько лет после окончания битв построили хайтековские высотные здания Москвы, создали атомную, водородную бомбы и освоили мирный атом. И вдруг – спутник, потрясший мир настолько, что слово **Sputnik** вошло в различные языки. За 10 лет созданы ракеты и беспрецедентные изобретения – это огромный рывок вперёд. В части высоких технологий СССР тогда лидировал, и одной из них был космос. Многие изобретения 1950-х – 1970-х гг. пригодились всему миру: лазеры, светодиоды, без которых не может развиваться техника; математические алгоритмы. Космос – величайший прорыв в мировой истории, появление зала – новый импульс для музея. Однако в подаче космических аппаратов не появилось экспозиционных изюминок – экспонаты оказались слишком вне проектного сознания.

Розенблюм говорил о двух стадиях проектирования – предпроектной и собственно проекте. На деле форм и стадий больше. Поисковые макеты навеяны упражнениями по композиционной пропедевтике – Розенблюм воспользовался методикой МАРХИ, изложенной в классическом учебнике по композиции, изданном в 1934 г. и неоднократно переиздававшемся [Кринский В.Ф., Ламцов И.В., Туркус М.А. Элементы архитектурно-пространственной композиции. – М.: Стройиздат, 1968. – 168 с. Различные издания с 1934 г.]. А источниками проектных форм стали скульптура 1910-х – 1920-х гг., политический плакат, фотомонтажи в духе двадцатых, мельниковские формы, проуны Лисицкого, архитекторы Малевича. «Погружение» в культуру двадцатых помогло выстроить художественный текст, язык метафор и деклараций. Розенблюм как-то остроумно заметил в разговоре: *«Дети отказываются от родителей, а сироты ищут свою родословную»*. Он имел в виду, что мастера двадцатых отреклись от учителей, тогда как наш дизайн возвращался к точке, на которой он остановился.

Предпроектная стадия – этап осмысления, зарисовки фактов и идей, эскизирования, визуализации, анализа и синтезирования. Сегодня мы называем его эмпирическим исследованием, в котором есть и научные данные, исследованием как творческим, аналитическим и синтетическим процессом генерирования нового. Анатолий Франс сказал, что *«вещи делать нетрудно, трудно привести себя в состояние, необходимое, чтобы их делать»*. Этому и служили поисковые исследования «Сенежа».

На поисковой стадии создаются проекты-метафоры (их версия – выставочный проект). По ним нельзя проект реализовать, но легко понять принципы, идеологию, стилистику. Такими в проекте Музея революции были макеты размером примерно 100x100 см и глубиной 20 см. – эффектные пространственные «картины». Одна из «картин» завершала историю XX в. нестандартным для исторических музеев **залом будущего**: космические фабрики над Землей, цветные самолеты ТУ-144 и сама Земля – зелёный и цельный мир, богатый колористически, связанный сетью коммуникаций, прекрасный и гармоничный единый мир. Таким виделся итог исторической эволюции и самая фантастическая часть музея.

Проект Музея революции был непривычен по методам и форме, ведь он, по словам Е.А. Розенблюма, завершал этап музеев-учебников, в которых главным был текст, а экспонаты – подтверждениями и иллюстрациями. Он шёл вразрез с музейными привычками, консервативными до сих пор. На удивление проект произвел впечатление,

был одобрен чиновниками Министерства культуры и рекомендован в качестве методического примера и опыта для подражания.



Проект Музея революции СССР: Зал будущего

Е.А. Розенблюм писал: *«Тактику «оформления» и тактику «исследования» можно сравнить с действием портного и модельера: первый, пусть первоклассно, но всегда «привязывает» выбранный заказчиком фасон к фигуре, другой создает направление в моде или свою коллекцию внутри существующего направления»* [Розенблюм Е. А. 4 дизайна // Проблемы дизайна-6: сб. ст. / Отв. ред. В. Р. Аронов. – М.: Артпроект, 2011, с. 183 – 188; он же: Дизайн США в Сокольниках // ДИ. – 1967. – № 8]. Под исследованием здесь понимается предпроектный анализ в формате «Сенежа», позволяющий выйти на самобытное решение.

О близкой дилемме отношения внешнего и сущностного, иначе – «быть» или «казаться» писал в одноименной работе **Эрих Фромм**. Проблема не внутридизайнерская, она носит общекультурный, мировоззренческий характер. Е.А. Розенблюм отстаивал в проектах «бытийный», а не внешний и формальный подход к дизайну. Он рассказывал, что подобной «развивающей» и «культуртрегерской» установке обязан урокам учителя, архитектора Андрея Константиновича Бурова: *«У Бурова я проектировал типовой горностроительный техникум. «Каким путем пойдём? Будем шить кринолин или решим проектную задачу? – сказал на первой же встрече Буров. – Вот я приготовил тебе кое-какие материалы, потом добавим ещё», – и он показал стопку книг и журналов с закладками на нужных страницах – не менее полусотни названий – по педагогике, лабораторному оборудованию, материаловедению на немецком, французском и английском языках. «Но я знаю только немецкий», – робко возразил я. «Выучи», – отрезал Андрей Константинович. – «Проект должен быть готов меньше чем через год». – «Это меня не касается, тогда лучше не берись или шей свой кринолин, но помни, хорошо шей»* [Розенблюм Е.А. Художественное проектирование: стратегия и тактика // ДИ. – 1989. – № 9, То же: Хрестоматия по дизайну, с. 986 – 989].

Дилемма «быть» (то есть исследовать, приближаться к сути вещей, проектировать) или «казаться» (оформлять, стилизовать) является важной для самосознания профессии, для всех искусств. Дизайн, начинавшийся как своего рода мессианство, для большинства –

всего лишь средство пропитания. В нашем случае, и это отмечает В.Л. Глазычев в воспоминаниях, студия конфликтовала и с моделью ВНИИТЭ, и со стихийным дизайном. Проекты студии противоречили стереотипам, тому, что В.Ф. Сидоренко назвал в своих исследованиях «**канон-культурой**», с привычками – самой вещественной силой истории наряду с жаждой перемен.

Проект московской «**Олимпиады-80**» (1978). В рамках этого проекта студия инициировала огромное число объектов, начиная с идеологии праздника и кончая проектами отдельных объектов. Огромный макет занимал около 5 000 кв. м – весь московский Манеж. Макет был разборным, его части показывались на рамах и сетках, для того, чтобы позже быть «впечатанными» в презентации. Отдельные фрагменты показывались в Алма-Ате и Париже.

Сверхзадача формулировалась оппозиционно софизму «*в здоровом теле здоровый дух*». Розенблюм настаивал, что оригинал звучал иначе: «*здоровый дух в здоровом теле*», и от перестановки слов радикально менялся смысл. Фраза превращалась в декларацию: да здравствует и здоровый дух, и здоровое тело, взятые вместе. Известно, что профессиональные спортсмены не долгожители, здоровое тело не спасает от соматики и социальных деформаций. Розенблюм и проектный коллектив исходили из того, что дух (интеллект, история, культура, искусство) должны составить гармоническое единство с телом (физической формой, спортом). Забегая вперёд, скажем, что такой подход реализовался в Лондонской олимпиаде-2012. Мало того, что церемонии открытия и закрытия стали высококультурными зрелищами, в которых упор был сделан на самобытную историю и вкладе Англии в мировую культуру, к олимпиаде было приурочено 20 000 концертов, выставок, премьер по всей стране.

Концепция проекта «Олимпиады-80» предполагала, что она должна стать праздником спорта, культуры и искусств. В соответствии с этим Москве возвращались образы богатой истории и многонациональной культуры. Историко-культурный анализ выявил точки общенациональных и местных празднований. Начиная с XVIII в., коронации, события в столице отмечались возведением триумфальных арок, в простонародьи называвшихся «воротами» – Покровскими, Тверскими, Красными, Никитскими. Эти места и были избраны визуальными якорями проекта. Но не для ретро-стилизаций, а для создания новейших символических объектов, в том числе кинетических. История назвала площадки для культурной программы, ими стали места традиционных увеселений: Сокольники, Измайлово, Зарядье, бывшие некогда местами ярмарок, гуляний. Шереметьевские пригородные усадьбы «Кусково» и «Останкино» – знаменитые и лучшие театрально-концертные поместья, места концертов и представлений в XVIII – XIX вв.

В исторических вотчинах веселий предполагалось проведение концертов, ярмарок, выступлений балаганов и кукольных театров, цирков, фольклорных, эстрадных и академических коллективов. Город должен был раскрыться эпицентром огромной страны, наполненным художественной и культурной жизнью. Главной площадкой становилась Красная площадь, где предполагалось соединить 20 площадок для выступлений творческих коллективов разной направленности. Москва-река на время открытия-закрытия Олимпиады превращалась в огромную водную арену для 2 – 3 млн зрителей, размещавшихся на склонах Воробьевых гор на нейлоновых ковриках.

Язык проектных форм был современным: яркие цветовые растяжки-градиенты, техногенные структуры из металла и дерева, хай-тековские перфорированные фермы и опоры, текстильные солнцезащитные пологи. Вместо «ворот» – кинетические структуры, символы времени. Открытый временный **Цирк в Измайлово** проектировался для выступлений акробатов и канатоходцев: растянутые на мачтах канаты, круглая сцена-арена внизу и по периметру – ярусные ряды сидений, прикрытые весёлыми солнцезащитными пологами. На пруду **Новодевичьего монастыря** появляется кораблик, он же ресторан на

воде, что было в духе любимых до 1911 г. «гуляний под Девичьим» (от местного названия «Девичье поле»).

Зарядье – торговый центр столицы возвращал торговую и ярмарочно-зрелищную роль. Здесь проектировались временные ларьки, балаганы для кукольных театров и уличных коллективов. **Кусково** – красивейший парковый ансамбль города должен был стать местом вечерних концертов на берегу озера и местом фейерверков. В прошлом здесь любили веселиться, шутить, насмехаться. В Кускове большая коллекция обманок – толстых фанерных иллюзорных человечков. Некогда они расставлялись в парке, подвыпившие гости путали рисованную фанеру с живыми прелестницами к общему веселью...

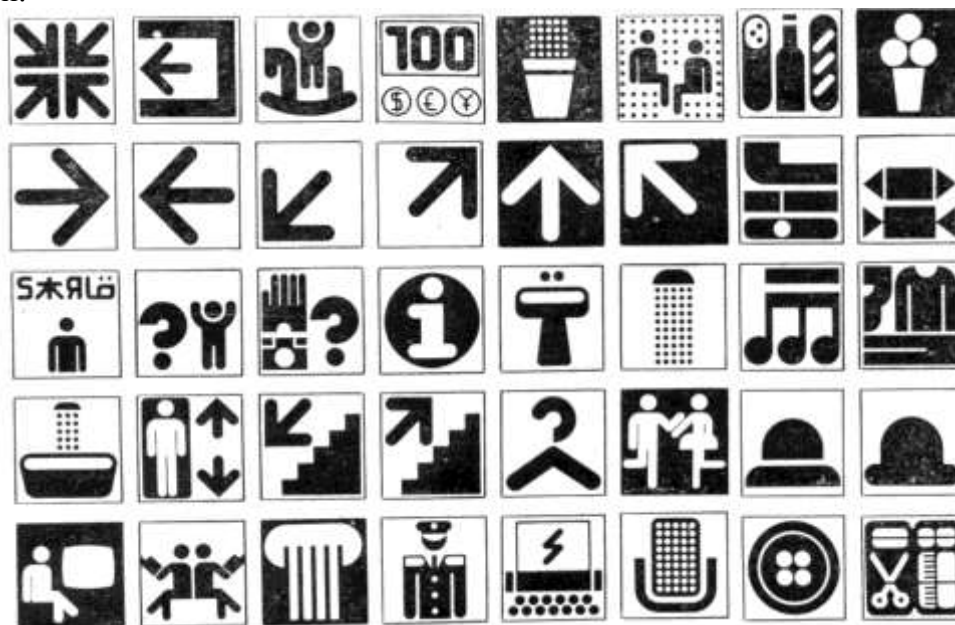


Миром движут интересы и идеи. Идея превращения спортивных состязаний во всеобщий праздник человеческого духа и тела интересна и важна. Не случайно, греческий православный крест состоит из двух равновеликих и равновесных составляющих – вертикали (дух) и горизонтали (тело). Их гармония – ключ к силе и жизненности человека. Частично идеи «Олимпиады-80» состоялись, но их время настало в 2010-е гг. Рубеж 1970-х – 1980-х гг. был временем консерватизма и вымученного официоза. Предложения дизайнеров содержали непредсказуемые риски, но главное – они не укладывались в привычные рамки. В различных проектных разработках участвовали примерно 100 человек из разных городов.

Единственным осуществлённым дизайнерским решением Олимпиады стала навигация, разработанная «Комбинатом графического искусства МОХФ РСФСР» (коллектив авторов: В. Акопов, М. Аникст, А. Гурков, Г. Дауман, В. Дьяконов, В. Железняков, А. Крюков, В. Мирошин, И. Тихомиров, Б. Трофимов, А. Шумилин). Было разработано 224 знака, принятых Оргкомитетом «Олимпиады-80». Они долго украшали Москву, остаются лучшими, даже по мировым меркам, знаками навигации.

«Олимпиада-80» была государственным проектом, он не мог решаться без официоза и принятой системы «противовесов» и обезличивания. Вокруг Олимпиады складывалась нервная обстановка (очередные санкции, 50 стран бойкотировали состязания). Невозможно было определить затраты (официальный итог – \$547 млн, что в пересчёте на сегодняшний курс ок. \$3 млрд, меньше самой дорогой Монреальской олимпиады, за которую город рассчитывался 30 лет. Неофициальные данные в шесть раз больше – \$3 млрд или 18 млрд по сегодняшней цене доллара). К восприятию нового такой статусный проект не

располагал. Известно, что люди воспринимают новое так: сначала – отрицание, потом – апатия, и в финале бурное приятие. В разных источниках говорится, что идеи группы Е.А. Розенблюма использовались. Если это и так – то в смазанном виде, без главных идей и целостности.



Фрагменты навигации «Олимпиады-80»

Часть проектов ЦУЭС выполнялась в группах **Марка Александровича Коники**, о чём он подробно и с картинками рассказал в книге «**Архив одной мастерской**» [Коник М.А. Архив одной мастерской. Сенежские опыты. – М.: Индекс Дизайн, 2003. – 324 с., – 212 ил.]. В ней показаны тренинги, предпроектные поиски и собственно проекты: проект **Музея Габдуллы Тукая** (1975) под Казанью и другие. Великий татарский поэт Тукай («татарский Есенин») – человек, от которого осталось немного предметов: дом, в котором он жил, отдельные предметы и его стихи. Он был поэтом в классическом смысле, то есть не обросшим бытом.

Студия охотно взялась за проект, поскольку люди культуры ощущали определённое иссушение духовной жизни. Что такое 1970-е гг.? Время растущего консьюмеризма. Важнее становились материальные потребности: страна никогда не жила так растуще обеспеченно. Консьюмеризм поддерживался сверху: в «решениях партии и правительства» регулярно говорилось о *«росте материальных потребностей советских людей»* как главной цели развития. Во вторую очередь упоминался *«рост духовных потребностей»* (напомним, что Карл Маркс уверял, что если и есть смысл прогресса, то им может быть только *всемерная реализация духовных богатств личности*).

Парадоксом времени стал конфликт между потребностями интеллигенции, образованной части общества, и растущей стратой потребителей разных социальных статусов. Давление снизу, со стороны творческой интеллигенции, продвигало в жизнь самобытные художественные творения: такого числа глубоких и самобытных фильмов, спектаклей, прозы, поэзии, музыки не было в отечественной истории, вместе они предвещали перемены. Очевиден был конфликт самобытных произведений, прорывавшихся через догмы и цензурные запреты, и традиционализма и рутины разных видов. Дизайн не главный общественный регулятор, но в «потребительские» времена он оказывается в авангарде борьбы за подлинные потребности человека.

[На пике потребительства и власти мировой бюрократии ограничение творческой свободы и воображения становится проблемой. По крайней мере, один из лекторов «Сенежа», автор английской компании **ВВС** в течение 15 лет, теоретик архитектуры и дизайна **Александр Гербертович Раппапорт** назвал *оскудение воображения* главной

проблемой современного общества. Прагматичными становятся административные институты, интересы граждан, творчество и научный поиск. Мир бюрократизируется, упрощается, стандартизируется, становится плоским и технологичным]

Как создать музей поэта, который ярок и интересен, при том, что бытовая среда не может раскрыть внутреннюю его жизнь? Что проектируется – камни или стихи?

Вещественный музей – это всегда скучновато, максимум, что может показать дизайнер – собственное воображение и тем испортить «оригинал» – объект проектирования. Какие особенности делают человека поэтом? Теоретически предполагается, что поэт – инфантильное существо, ребёнок, вернее, человек, больной детством, сохраняющий непосредственное отношение к миру. Он не вписывается в прагматику жизни. В быту может быть несносным для окружающих, как М. Цветаева, С. Есенин, многие другие.

Для проекта избрано несколько методов. Например, «стратегия бутерброда». Ясно, что часть туристов забредают «для приличия» в мемориальные места. Меньшинство — ценители поэта и его поэзии, которым нужнее личное соприкосновение с миром поэта. Первый слой «бутерброда» – музей, в котором восстанавливается дом поэта и более-менее мемориальная экспозиция, рядом стоянки транспорта и туристская инфраструктура. Главная часть – это лес, ландшафт, а поэзия Тукая связана с образами природы. Здесь разворачиваются метафоры, визуальные ключи, равнозначные стихам поэта. Для этой — главной пейзажной части музея – ведётся главный поиск.



Фрагменты проекта Музея Габдуллы Тукая (1975)

Формируются ассоциации на основе природных мотивов, текстур, принтов (монотипий) и коллажей с использованием природных форм. К этому добавляется мощь любимых детских игр с предметами – цветными стёклами, линзами, зеркалами. Почти все в детстве вели товарно-денежные отношения: меняли увеличительные стёкла-выжигалки на куски цветных стекол, зеркала на железяки, коробки или игрушки... Этот ряд впечатлений стал основой верхней, самой «лакомой» и существенной части проектного бутерброда. Пластика природы дополняется игровыми приёмами: отражения, преломления, наложения одних форм на другие. Слова-ключи и визуальные образы-игрушки, ракурсы и перспективы создают подвижное единство природы и стихов.

Культуртрегерам (студия фактически решала просветительские и дидактические задачи) важно пробуждать в зрителях проектов не «природного зверя» (что качественно делают реклама, масс-медиа), а активизировать данные природой склонности:

потребность в познании, чувство красоты, привычку к созидательной деятельности, развивающие творческие качества. В этом смысле творчество противоположность потребительской культуре, основанной на простых действиях: «получить», «приобрести», «взять», «пользоваться», «отдыхать».

Вообще-то сознание людей XX – XXI вв. разорвано. Коллаж – наш способ мышления: цитатами, клочками, фрагментами, разнообразными, но малыми ассоциациями. «Стань цельным», то есть собой – сверхзадача творчества. Самому достичь целостности, увлечь процессом самопостижения, самоприближения других, предлагая сотворчество, сопереживание, соучастие... Это новая для дизайнера – деятельная задача, постепенно развивающаяся в новом дизайне и новой архитектуре...

Проект становится гипертекстом, соединяющим в одно целое слова и мир, личное – безличное, своё – чужое.

[Гипертекст – «термин, введённый Тедом Нельсоном в 1965 г. для обозначения текста, «ветвящегося или выполняющего действия по запросу» (Википедия). «Текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов. Простейший пример Г. – это любой словарь или энциклопедия, где каждая статья имеет отсылки к другим статьям этого же словаря. В результате читать такой текст можно по-разному: от одной статьи к другой, по мере надобности, игнорируя гипертекстовые отсылки; читать статьи подряд, справляясь с отсылками; наконец, пуститься в гипертекстовое плавание, то есть от одной отсылки переходить к другой (Академик)]

Проекты «Сенежа» удивляли новым взглядом на привычное вопреки стандартизированному миру, повседневности, завораживали: все эти яркие и разные макеты, модели породили волну подражаний, прежде всего в среде студентов, менее догматичных, а также среди части открытых творческих людей.

«Проект Центра культуры на холме у речки Немиги в Минске» (1975) был опубликован в журнале **«Знание – сила»**, одном из лучших журналов в 1976 г. [Глазычев В.Л. Этот холм – не акрополь, но... // Знание – сила. – 1976. – №5] Рассказывая о поездке М.А. Коники в Минск, Глазычев описывает проектную рефлексию Коники: *«Этот холм – не акрополь, его мертвые камни не окутаны исторической легендой. Как жилой район он полумёртв – у его обитателей твёрдые представления о «правильном» новом жилье. Развившись из зрительного впечатления, образ холма перерастал у него в совсем иную проектную программу: соединить древний кусочек земли и нынешнее творчество. Для него это значило – понять и доказать, что можно создать центр культуры, не собирая всё и вся под одну крышу. Центр – это общение. А этому общению нужны точки опоры: живописные, скульптурные, реставрационные мастерские, маленькие и даже крошечные, в одну витрину музеи, камерные концертные залы, театральные студии, кафе и клубы».*

Белоруссия жёстче всех пострадала во время Второй мировой: Минск был дотла уничтожен фашистами (как и западная часть Германии, где англо-американская авиация коврово стирала всё, включая жилье и памятники культуры). От Минска ничего не осталось, возник новый город. Коник заметил, что в его центре у холма собиралось много художников, музыкантов. Власти намеревались собрать их в новом культурном центре на 3000 мест. Дизайнеры предложили использовать стремление творческих людей быть ближе к исторической среде, а не в масштабном новоделе.

В сенежском проекте центральной части Минска в восстановленных невысоких зданиях размещаются галереи и музеи, мастерские и кафе, клубы. Центр города наполнялся культурными событиями и функциями. Позже, в 1990-е гг., похожим сценарием вытаскивали из депрессии английский Шеффилд: в центре размещали творческую инфраструктуру, за ней как за магнитом в центр тянулись офисные и коммерческие учреждения. Креативный бизнес становился мотором развития и насыщения города жизнью.

Часть минского проекта – **«Бульвар»** проектируется центром массового общения. Это современная часть на границе старого и нового города. Здесь душа дизайнеров

отдаётся современности: возникают хайтековские цветные трубы, гофрированные поворотные элементы.



Как модификации этих форм создаются городская мебель и технические объекты: светофоры, врезанные в трубы скамьи, коммуникации, суперграфика (сегодня это слово вытеснено термином «граффити»).

В 1982 г. студией осуществлен ещё один самобытный проект – **«Выставка «Художники – народу»**, может быть, лучшая из выставок, которая «засверкала» именно благодаря органичному и самобытному дизайну. Она проходила в Центральном доме художника на Крымском валу и состояла из четырёх «слоев»: собственно художественной экспозиции, выставки работ художников, подаренных детским домам, и выставки продукции предприятий Художественного фонда СССР: бумаги, холсты, краски, инструменты и оборудование. Четвёртым стал главный слой – инсталляции, сделанные как реальные творческие мастерские. Они, приближенные к обстановке мастерских художников, сняли барьер между работами художников и зрителями.

Обычно эксподизайнер демонстрирует собственную виртуозность и остроумие. На этой выставке была создана атмосфера, в которой и работы художников выглядели органично и увлекательно, посетители ощущали себя соучастниками творчества. Искусство – мучительный процесс. Какие-то вещи не получаются, другие не обязательно находят понимание зрителя. Самое интересное зрителям не сама работа, не всегда понятная, а её контекст. Важно понять личность мастера, его сообщение, присутствовать при возникновении работ. Каждая из «мастерских» представляла собой подиумы, на которых показывались заготовки, материалы, инструменты, станки, готовые или незаконченные работы, всё то, что составляет обстановку мастерской. Над подиумами располагались стержневые структуры, а к ним подвешивались планшеты, фотограммы мастерских различных художников, драпировки. Подсветка антуража делалась хорошо, внятно и живописно. Фотограммы реальных мастерских художников выполнялись Игорем Березовским. Каждая «мастерская» состояла из несколько подобных экспозиционных сегментов, вокруг экспонировались работы художников.

Одна из «мастерских» показывала свежую работу сенежского семинара – **«Проект исторической части Барнаула»**. Огромнейший макет выставлялся при входе, это была масштабная работа. Но и другие «мастерские» – скульптора, графика-печатника, монументалиста создавали познавательную атмосферу. Зритель оказывался не случайным судьей, а соучастником создания искусства. Складывалась совершенно особая среда, которой не приходилось видеть ни до, ни после этой выставки. В последнем зале этажом выше была отдельная экспозиция – праздник всех искусств: продукция художественных заводов. Но даже она создавала свою метафизику – предчувствий и ожидания творчества: огромный выбор этюдников, разбавителей, лаков и красок; шпателей и холстов; палитр и сортов бумаги на все случаи жизни. Эта «кода» выступала провокацией к занятиям творчеством.

«Художественно-проектная программа для Баку» (1976) – за этим претенциозным именем кроется несколько проектов: **проект колористики Старого города**, **проект Музея нефти** с памятником нефтяной вышке и другие.

Творческая методология студии исходила из необходимости широкого взгляда на проектирование, учитывающего причины и следствия процессов и вещей, культурно-исторические контексты. **Музей нефти в Бухте Ильича** (термины того времени) должен был превратиться в парад технологий и производств, связанных с нефтью и нефтехимией. Нефть – энергия, но и основа полимеров, красителей, из которых формируются авангардные продукты. Вход в музей осуществляется через арочные полихромные структуры, напоминающие и средневековые порталы, и живопись оп-арта, и хай-тек. В Баку начиналась российская нефтяная промышленность, стала основой нынешней и будущей цивилизации. Значит, проекции из прошлого в грядущее оправданы.

В Старом городе по проекту сохраняется архитектурная среда, как в Минске (и во многих современных проектах ревитализации исторической среды), социально-культурные организации. Старый город интересен тем, что у него другой масштаб и визуальный дух. Важно его сохранить, модернизировать, но главное – наполнить актуальной жизнью. Город сохраняет свой восточный дух, становясь местом искусств и коммуникаций, творчества.

В проекте **«Площади Маяковского и Сада «Аквариум»** (1977) в Москве также соединяются ретроспекции и инновации. На Площади Маяковского к тому моменту было три театра: **Сатиры**, **Современник**, **Моссовета**. Четвертым когда-то должен был стать **Театр Мейрхольда**, но пока он строился, оказался **Концертным залом им. Чайковского**. Рядом сад «Аквариум», бывший на рубеже XIX – XX вв. знатным местом: работали два театра **«Олимпия»** и **«Буфф»**, позже здесь начинался Театр оперетты. Сад известен и как место **Частной оперы Зимина**, и как концертная площадка, на которой выступал Л. О. Утёсов и многие другие. По театральной истории и начинке это уникальное место. Но превращение в наше время в темпераментный двухуровневый городской перекресток лишило пространство воздуха: возле Сатиры – узкий тротуар, театр Моссовета вообще спрятан во внутренних дворах...

Решение кажется до неприличия простым: перекресток Садовой-Триумфальной и Тверской (Площадь Маяковского) прикрывается хай-тековским навесом. Собственно Площадь Маяковского принадлежит современному городу с его наэлектризованной суетой. Тротуар перед театром Сатиры перекрывается алым навесом на перфорированных консолях и становится внешним вестибюлем театра, а также зала Чайковского. Кстати, хай-тек появился не случайно: сад «Аквариум» был местом первой электрической выставки и подобных новаций. Благодаря навесам на площади образуется камерный масштаб. Ещё одно заветное место этого неявного мемориала, вход в сад «Аквариум», решается как парадная арочная структура. Правая арка с навесом ведёт в сад, левая – в театр Моссовета. Парадность относительная: симметричная композиция в современной стилистике – трубы, арочники, перфорированный металл. На планшетах входа коллажи с фигурами-марионетками, или вернее огромными куклами театра комедии.

От Садовой-Триумфальной площади навес-галерея ведёт к театру Моссовета. По сторонам афишные тумбы, скамьи, телефоны-автоматы: театр начинается не с вешалки – с площади и открытых «вестибюлей». На брандмауэрах внутренних домов размещены роскошные росписи в духе Пьетро Гонзага – главного русского перспективиста итальянского происхождения, и графические композиции, связанные с Шекспиром. Пространство населяется образами театра.

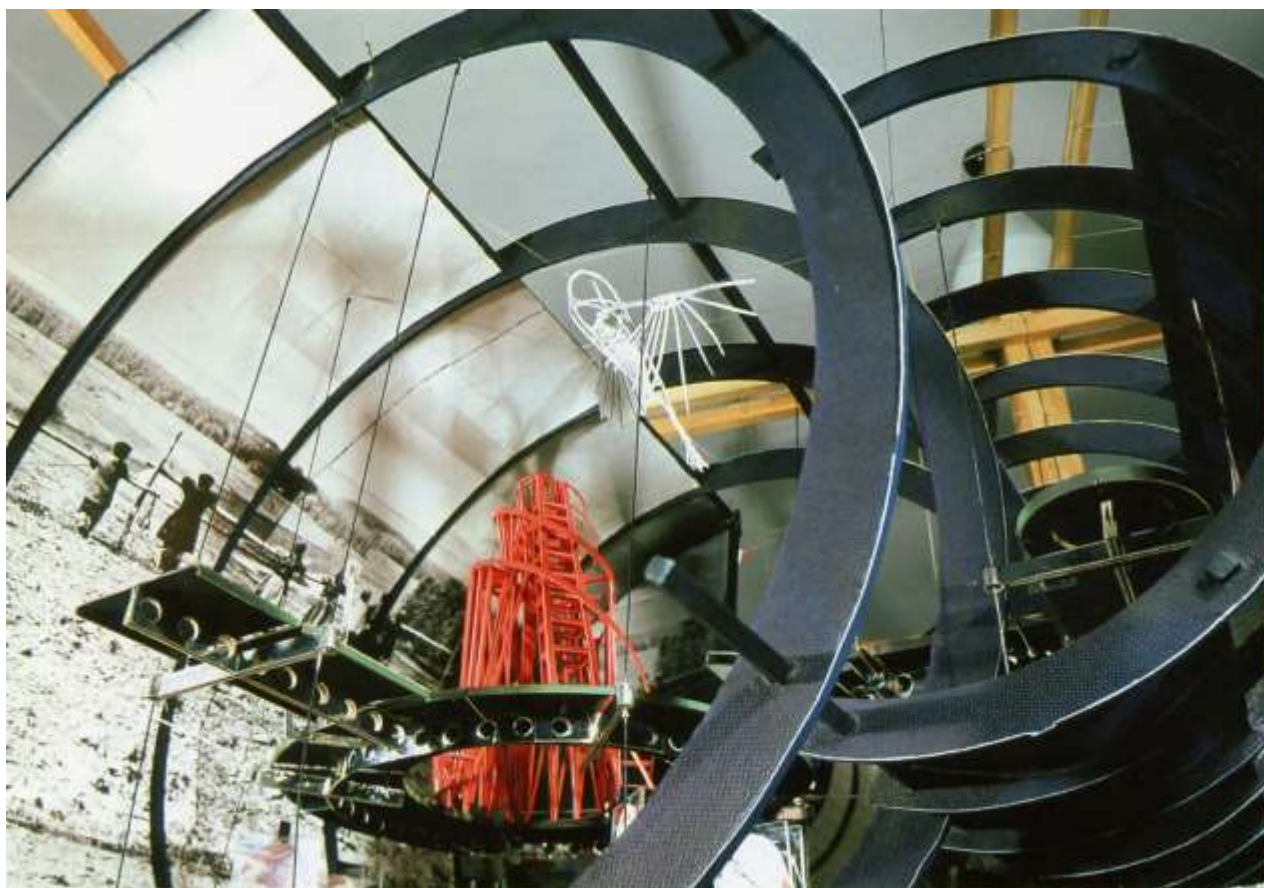


Интересна форма подачи проекта – макеты площади, дворов, брандмауэры решаются как свободная пространственная структура, броско-художественная. Сочетание макетов и фотографий дает эффект достоверности, проектной конкретности. Студия «Сенеж» вообще хорошо инсталлировала проекты – на рамах и мольбертах, использовала в макетах угловые перспективы, настенные макеты-картины.

«Проект культурного центра «Космос» (1981). Космос — только повод для проекта, соединившего высшие достижения цивилизации и духа. Равновеликими достижениями человечества были колесо и самолет, «Сикстинский потолок» Микеланджело и «Гентский алтарь» ван Эйков... Соль концепции в том, чтобы избавиться от осознанного О. Шпенглером конфликта цивилизации и культуры. Проект утверждает единство взлётов цивилизации и открытий мирового искусства. Идея **«Летающего города»** выпускника ВХУТЕМАСа Г.Т. Крутикова легла в основу культурного центра, спроектированного подобием космической станции, парящей над землей. Цилиндрические объёмы и сфера, зеркальная пирамида образуют систему выставочных и лекционных залов. Необычный высокотехнологичный вид культурного центра продолжается в экспозиционных разделах, где соединяются Башня III Интернационала и Летатлин, образы скульптур Микеланджело, фотографии Юрия Гагарина и космические аппараты, образующие все вместе визуальную квинтэссенцию высоких полетов гениев мира.

Каждый проект привносит в окружающую нас среду и жизнь историю, искусство, особое видение вещей и много такого, что стоит назвать «художественным отношением к миру», о чём когда-то мечтали наши «жизнестроители» 1920-х гг. Такое проектирование – альтернатива механистичному и безликому потребительскому отношению к дизайну. Сенежский эксподизайн стал формой экспериментов, наиболее свободной от критики.

Много позже (в конце 1990-х гг.) архитектурный критик **Чарльз Дженкс**, размышляя о *«новой парадигме в архитектуре»*, писал о *«центральной роли искусства в современном городе»* и о *«музее как кафедральном соборе»*, играющем *«центральную роль в современной культуре»* [Чарльз Дженкс. Новая парадигма в архитектуре // Проект Интернешнл. – 2003. – № 5].



Проектом центра «Космос» как раз предвосхищалась *«центральная роль музея»*, ещё за 30 лет до Дженкса. Дизайнеры отбирали характерные, типические, узнаваемые вещи и образы. Дух творчества, потребность в нём и достижения цивилизации и культуры – следы личных импульсов творцов. Новый научный, технический и гуманитарный опыт объединяют великие вещи.

ДИЗАЙН ЯПОНИИ

Япония занялась дизайном позже европейских стран, в 1949 г. Страна должна была вписаться в мировое разделение труда в условиях, когда не было явных ресурсов, хозяйство отставало в силу трехсотлетней изоляции страны. Ресурсами могли стать собственные мозги, мировой опыт в экономике, промышленности, торговле. Заметим, все страны, желавшие во второй половине XX в. стать частью мировой экономики, делали ставку на технологии и дизайн. Дизайн становился посланием или соблазном, мотором перемен.

В 1952 г., как свидетельствовал **Кендзи Экуан**, пионер японского дизайна, – Министерство промышленности и торговли создало во всех префектурах (всего их в Японии было 47) и Токио дизайн-центры. Ими организовывались международные конференции, национальные институции вроде «Фонда японского дизайна». Япония приступила к обучению студентов в Европе и США, анализу информации, проведению выставок. Помимо привлечения известных дизайнеров мира к проектированию продукции, практиковались проектные семинары.

Япония развернула множество конкурсов на разные архитектурные и дизайнерские темы, в том числе химерические (вроде музея конной скульптуры или дома для куклы). Они формировали мекку нового мышления, тем более, что участие и победа хорошо оплачивались. Так, наш дизайнер – **Татьяна Сергеевна Самойлова** (Санкт-Петербург) участвовала и победила в конкурсе на проектирование дома для птиц (к участию привлекались лидеры архитектуры и дизайна). К 1970-м гг. сложилась система

дизайнерского образования – не ремесленного, традиционного для Японии, а именно дизайнерского. Она в какой-то мере похожа на советскую: широтой знаний, избыточным числом дисциплин, влияющих, как представлялось организаторам, на кругозор дизайнеров. Япония заимствовала советское образование, довела финансирование образования и науки до 13% расходов бюджета, первой перешла к всеобщему высшему образованию.

Политика государственной поддержки дизайна и бизнеса, инициации общества и стремление сделать страну передовой технологической державой в сочетании с национальным трудолюбием и культурой вывели в семидесятые годы страну в число передовых [подробнее: Акио Морито, Сделано в Японии. - М.: Альпина Паблишер, 2018. – 288 с.] Сегодня у Японии – признанный миром технологический уровень и самобытный, хотя и неоднозначный, дизайн. Европейцы работали и работают для Японии. Чисто японский дизайн, как можно судить по некоторым публикациям, причудлив, избыточно изобразителен [Dietz M. Monninger M. Japanese Design. – Köln: Taschen, 1994. - 176 s.].

Япония – страна, удивительно враждебная дизайну, как и Россия, несмотря на визуальный характер культуры. В ней долго существовали традиции художественного ремесла, изобразительные, декоративистские. Ремесленная традиция предполагает штучное производство, уникальное, авторское. Японская культура развивалась три века в изоляции от мира, внешние влияния воспринимались чуждыми, низкодуховными и варварскими. В этом – противоядие к дизайну, культуре международной и открытой.

В японском ремесле, в архитектуре содержатся протоэлементы дизайна: культура материала, минимализм, глубокое ощущение пространства, форм; стремление читать в предметах послание. Не случайно, на рубеже XIX – XX вв. постимпрессионисты (Ван Гог, Гоген и др.), кубисты и футуристы, Малевич заимствовали приёмы японского искусства – изобразительную простоту, лаконизм, выразительность цвета, тональные и цветовые растяжки-градиенты.

Классическая японская традиция (**Хиросиге**, **Хокусай** и другие мастера) существовала независимо от европейского искусства. Её смысл – и в этом сходство с российской – минимальными средствами передать суть вещей. Японцы изображали мир линейно, пространство передавалось условно – линией, тональным градиентом, ведь движением тона и цвета – это движение жизни в пространстве. Близка европейской культуре традиционная архитектура – конструктивная, меняющаяся, открытая окружению. Именно японская архитектура заставила евроамериканскую архитектуру раскрыться в природу (это великолепно показано у **Акиро Куросавы** в фильме «Тень воина» или «**Кагемуша**»). В фильме присутствует цветовой эстетизм; интерьеры очищены от лишних предметов и легко трансформируются, раскрываясь во внешний мир – в природу, становящуюся визуальной доминантой.

Создатель японского аналога английского движения «Искусства и ремёсла» **Соэцу Янаги** (Soetsu Yanagi) так объяснял отличие от Запада: *«Западное знание – это благословение в терминах объёма, но огромная потеря в терминах качества. Если потеряно качество, всё потеряно»*. Контакты между мастерами искусств Японии и Европы начались в 1910-е – 1920-е гг. Влияние было взаимным: японцы знакомились с культурой Европы, жили в европейских городах, устраивали совместные выставки. Настоящая интеграция пришлась на милитаризированный век: Япония с 1945 г. оккупирована США, прошла период «американизации» (выражение японских дизайнеров). За «американизацией» наступила «европеизация», после чего японские проектировщики научились различать американскую потребительскую культуру и европейскую.

Япония долго ограничивала (до 1970-х гг. и даже позже) народное потребление и уровень жизни. Она вкладывалась в расширенное воспроизводство экономики, развитие экспорта. На словах охраняя традиции, на деле японцы вынуждены были идти общим путём, пока их товары не получили репутацию безупречных с точки зрения качества и надёжности. Традиции, пожалуй, проявлялись в миниатюризации и тотальном эстетизме

форм, а также в технологическом качестве и безупречной надежности – это были традиции ремесленной культуры. «Низкий уровень жизни» (то есть экономия на зарплатах) и соответственно дешевизна продукции обеспечивал доступность японских товаров. Главной в цене была оплата труда: между ценной и качеством товара есть взаимосвязь, но не обязательная. Например, товары «Сони» исторически дороже конкурентов.

[Моя подруга, работавшая на российском военном заводе, уверяла, что если бы гражданская техника исполнялась с ресурсом надёжности военной, то простой телевизор работал бы без поломок 2 тысячи лет. Это метафора, объясняющая проблему «затратного» и «незатратного» качества]

Бонусом к качеству дешёвой японской продукции (ставшей сегодня не дешёвой) шёл дизайн. Япония показала, что если общество, государство и бизнес объединяются, то становятся эффективной силой.

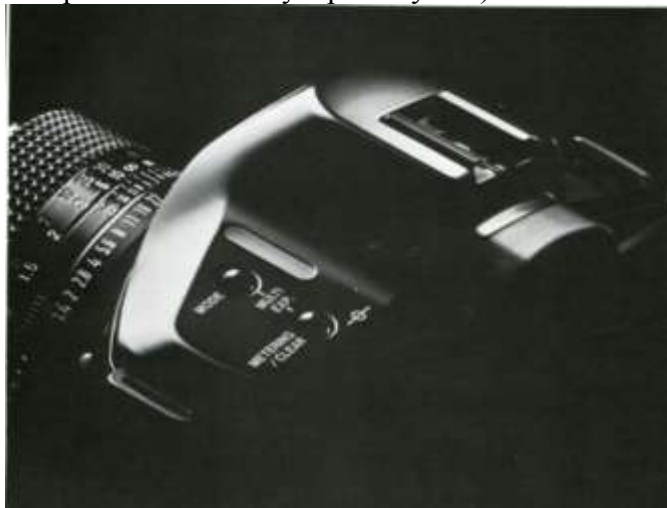
Отношение к современному японскому дизайну неоднозначное – от преклонения восторженных потребителей до полного отрицания. Так, **Виктор Александрович Брагин**, профессор индустриального дизайна УралГАХА, даже смонтировал ролик **«В Японии нет дизайна»** и представил его на дизайнерской конференции в 2003 г. как подтверждение пошлости массового дизайна. В 2014 г. он проверил свои выводы, проехав по городам и весям этой страны. Подтвердил своё убеждение: *«Поверь мне, что в Японии нет дизайна, как мы его, живя здесь, понимаем. «Kawaii» – миленько, это настоящий японский «дизайн». Я там был уже два раза, поэтому могу рассуждать обоснованно. То, что кажется японским дизайном, это лишь калька с англо-американо-немецко-итальянских (иногда советско-конструктивистских) образцов. Это касается также архитектуры. Они отличные копиисты.*

В графическом дизайне основа – это их средневековая графика (Хокусай) и тысячелетняя китайская каллиграфия, которую они визуалью почистили. Эти приёмы графического рафинирования японцы применили в графическом дизайне.

Для необразованного пользователя и зрителя японское – это просто «красотища», но в Великобритании «100% дизайн». У англичан дизайн в крови, так они живут, думают и делают. Японцы имитируют развитые промышленно-культурные цивилизации, а в душе – они (о, ужас, японские дизайнеры тоже) любят всё «миленькое». «Кawaii»! Пока для них дизайн не стал стилем жизни и мысли.

Плюсы (они же минусы) японцев (южных корейцев) – тупая тщательность, буддистско-гуманистическое мировоззрение, чинопочитание. Точно плюсы – это уважение к своим культурным и историческим истокам, чувство цвета» (август 2014 г.)

Европейские прототипы и разработки позволили японскому дизайну быстро сформировать современный образ. Пример распространённого продукта – зеркальные фотоаппараты **«Кэнон»** (Canon), разработанные немцем **Луиджи Колани**, дизайнером-скульптором (почему-то чрезвычайно популярным у нас).



Луиджи Колани. 1985. Фотоаппарат Canon T90

[Луиджи Колани (Lutz Colani, 2.08.1928, Берлин). Изучал живопись и скульптуру в Берлинском колледже визуальных искусств, аэродинамику в Сорбонне, работал в «Дуглас» (Douglas Aircraft company) в США, проектировал Fiat, Alfa Romeo, Lancia, VW, BMW. Создавал концепт-кары для Porsche, Mazda, Mercedes-Benz, Ferrari, Ford. В 1973 г. открыл Центр дизайна в Японии, куда переехал в 1983 г. В 1984 г. создаёт дизайн фотокамеры «Канон» (Canon NY-PRO) с электронным видеоискателем, а также дизайн фотокамер «Канон» на ближайшие десятилетия: серия камер «5 Systems». Работает по всему миру. Живёт в Карлсруэ]

Если автомобили Колани или рояль напоминают вычурную скульптуру на колесах, то в случае с зеркалкой скульптурность оправдана соприкосновением с человеком. Мягкая, антропоморфная пластика аппаратов роднит их с эстетизмом японского искусства — мягкой тональностью, плавными переходами форм, тонкой проработкой миниатюрных деталей. Благодаря союзу двух культур получился образцовый дизайн (усвоенный и «Никоном», возникшим благодаря помощи «Кэнона»).

Японцы дорабатывают европейские проекты, смягчая крайности и привнося в разработки меру, миниатюризацию и продуманную эргономику. Их продукты отличаются нюансами — это относится к интерфейсам, к внешнему виду и ко всему, чего касается человек. Внешне они красивы, изящны. Нет деталей, которые бы не были педантично продуманы и «вылизаны», их приятно держать в руках.

К 1980-м – 1990-м гг. японский дизайн стал приобретать качества универсальности и «нетленности». Помимо ученичества у Европы, США, СССР, Япония интенсивно самоидентифицировалась, понимая, что главный контакт — с душой потребителей, ценящих красоту. «Японский дизайн» и «японское качество» стали знаковыми и заслуженно авторитетными. Оптимизация функций, качество технологических и инженерных решений, высокая человечность, интеллектуализация интерфейсов за счёт компьютеризации техники, высокая надежность позволили Японии стать лидером высоких технологий, ориентированных на быт людей (Японии было запрещено разрабатывать военную технику, оборону «гарантировала» оккупационная американская армия). Лидерство в фундаментальной науке и технологиях принадлежит США и России, инженерно-технологический лидер — ФРГ, её продукция наиболее надёжна. Япония в 1970-е гг. наступала им на пятки, иногда опережая.

Главная персона собственно японского дизайна — **Кендзи Экуан** (1929 – 2015) [подробно: Сильвестрова С.А. Экуан // Техническая эстетика. – 1987. – № 1; то же: Хрестоматия по дизайну, с. 372 – 381.]

Он создал первую независимую дизайнерскую фирму «**GK Group**», превратившуюся в сеть из 13 филиалов в Японии, США (Лос-Анжелес), Голландии (Амстердам) и Китае, с капитализацией около \$50 млн (по данным GK). Все подразделения существуют независимо; принципиальные вопросы (например, приём в группу новичков) решаются общим собранием. При вступлении в «GK» главное — разделять ценности, идеологию, которые сформулировал патриарх. У фирмы чрезвычайно простой, даже примитивный девиз, озвученный Экуаном: «*красивое — людям*». Его преемник Ясутака Соге определяет дизайн как триединство «*чистоты, простоты, красоты*». У матрешки «GK Group» есть специализация: «**GK Dynamics**» работает на «Ямаху» (транспорт); «**GK Kyoto**» специализируется в промышленной графике и графическом дизайне, в дизайне коммуникаций, во вторую очередь — в средовом дизайне; «**GK Hiroshima**» занимается всеми видами дизайна: от вагонов электричек и бензозаправок до проектирования предметов, бульваров и городских развязок, коммуникаций в метро; «**GK Tech**» разрабатывает электронику, в т.ч. игрушки, роботы, дигитальные коммуникации и развлечения, объекты и приборы; «**GK Industrial**» занимается продуктовым дизайном, упаковками, вагонами метро, поездами и т.д. Все они автономны. Экуан до последних лет был почетным президентом, «хранителем идеологии». Когда его спрашивали, за счет чего предприятие выживает, он отвечал: «*Возьмите гусеницу или сороконожку: у нее отказала*

одна нога, но 39 работают. Это и есть взаимопомощь, поддержка и очень жесткая иерархия». Во всех подразделениях в сумме насчитывается 200 – 250 дизайнеров.

Когда в 1950-е гг. Кензи Экуан создавал японский дизайн, на его родине развивалось только ремесло. Экуан окончил школу в Токио. Его отец-священник был из Хиросимы, погиб при атомной бомбардировке. Экуан должен был наследовать профессию отца: в Японии так принято. Он три года служил в храме, но в конечном счете оказался в Токийском университете изящных искусств, поставив перед собой благородную и красивую цель, по сути священническую: *«Я помогу японцам обрести новую духовность через новое предметное окружение (материальный мир)»*. Схоже сложилась биография архитектора **Кензо Танге**: ушел в архитектуру вместо храма.

Экуан рассказывал, что в его старом университете из года в год учили лаковой росписи шкатулок, могли несколько семестров делать одну и ту же керамическую вазу (вообще-то университет отличается от института широким образованием и тем, что приучает к самообразованию). Школа была сугубо ремесленной, обучавшей узкому кругу навыков. Экуан с несколькими однокашниками выпустил стенгазету (возможно, была забастовка), потребовав от руководства заняться проектированием промышленных продуктов для общества. Тогда у японцев представление о дизайне основывалось на товарах из США: автомобилях и велосипедах, разных потребительских товарах, казавшихся космическими пришельцами. Экуан был отчислен, но через год всё-таки закончил университет и создал «ГК» или **«Группу Коикё»** (GK Group), по имени доцента **Коикё**, единственного, поддержавшего студентов.

Первым заказом энтузиастов стал велосипед для фирмы **«Мариуси»**, Экуан предложил разработать новую модель. Почему нет? В результате получился женский велосипед со знаковой окраской: розовый дамский велосипед. Напомню, что женщины в массе обожают «нежный» розовый цвет. Решение очевидное, но пришло оно почему-то в голову начинающим дизайнерам. Понятно, что кажущиеся простыми предложения на деле предполагают погружение в проект и свободу от очевидных и общепринятых ходов. Реакция заказчиков важна, один из наших коллег – уральский дизайнер профессор **Николай Николаевич Ляпцев** задает студентам один и тот же вопрос: *«Чем будем удивлять?»* Удивлять и благодаря этому получать заказы, значит – продвигать свои идеи личный взгляд на мир.

Ещё одна атака была предпринята на известную сегодня многопрофильную фирму **«Ямаха»**. Для её музыкального подразделения предложили разработку нового рояля. И он появился – белого цвета. В рояльной традиции были «древесные» модификации, чёрно-лаковые модели [*«Стоит древесно, к стене примкнуто, звучит прелестно, коль пальцем ткнуто»* – приписываемая поэту XVIII в. В.К. Третьяковскому загадка].

«Ямаха», специализирующаяся на инструментах с рафинированным звуком («Ямахи» любил Святослав Теофилович Рихтер), получила чрезвычайно эффективное решение, выражающее особую природу инструмента. С тех пор «Ямаха» – неизменный заказчик «ГК Group», хотя у неё есть собственные дизайнеры.

Для японца вещь материализует культурный опыт, традицию, чью-то жизнь. Отсюда суждение Кензи Экуана: *«Духовность нации проявляется в отношении к вещам»*. Понятна цепочка между его сентенциями и стремлением эстетизировать, гармонизировать, усовершенствовать среду жизни человека.

Что сегодня является критерием профессионализма в мире, в котором знания и навыки устаревают каждые пять лет? Нормой становится непрерывное образование, обучение всю жизнь. Это понимал Экуан, который был не просто преподавателем – Учителем. Он представлял философию дизайна, обучения дизайну как триединство: *«Необходимо ввести в процесс обучения три положения: очищение, усердие и учеба. Через предварительное очищение, напрямую общаясь с вещами, можно постичь структуру вещей и тем самым их сущность»*.

Затем через усердие прийти к пониманию взаимосвязей человека и окружающих его вещей.

И тогда с высоты понимания этих взаимосвязей можно подходить к изучению конечного этапа учебного процесса – к постижению истины».

Получается, что цель обучения (и, возможно, цель дизайна) – постижение истины.

[О японском дизайн-образовании несколько интересных публикаций А. Устинова: Дизайн в японской школе // Техническая эстетика. – 1988. – № 6; Японская модель дизайнерского образования // Техническая эстетика. – 1986. – № 11. Обе статьи воспроизведены: Хрестоматия по дизайну. – Тюмень, 2005. ВНИИТЭ выпустил в 1990-х гг. два сборника: «Дизайн в общеобразовательной системе» и «Дизайн в высшей школе»]

Наверное, в сентенциях и теориях проявляется священническая миссия Кендзи Экуана. Он не только стоял у истоков японского дизайна, создал большую независимую фирму дизайна, но и тем, что был мыслителем со своей идеологией, мягкой и твердой, глубокой и простой. Экуан предложил известный девиз *«маленький, но сильный»* перелицевать в *«сильный, потому что маленький»*. Первый вариант – о комплексе неполноценности, который иногда присущ маленьким людям, второй – о национальном достоинстве. Идеи минимизации, миниатюризации ловко выводятся из традиции.

Можно ли раз и навсегда определить, что такое дизайн, в чём его существо? Сказать, что дизайн – проектирование красивых вещей, маловато. *«Решение насущных проблем»* – одна из «операционных» функций. А в чем существо, миссия?

Экуан: *«Понимание вещей и их бытия... Без этого дизайнер не сможет выполнить свою миссию адвоката общества»*. Миссия дизайнера и суть дизайна для Экуана – быть **адвокатом общества**, менять мир посредством «предметного окружения», постигая сущность вещей и явлений... (Этторе Соттсасс сказал близко, но иначе: *«Я верю, что наша миссия, миссия архитекторов и дизайнеров – создавать притягивающие счастье предметы и архитектуру, которые олицетворяют собой заботу о человеке и защищают его»*)

Свою жизнь Экуан посвятил дизайну: *«Я выбрал одну цель в жизни и всю жизнь учусь служить этой цели»*, – сказал он как-то. Его размышления, общественная деятельность – пример упорного движения по избранному пути. Он собирал средства, чтобы реализовать сверхидею: купить кусок земли в Токио и на этом месте построить Храм дизайна. Дизайн – вот главный феномен мира, ядро проектной цивилизации, поскольку в будущем *«место золота займет дизайн»* (Экуан). Это всё очень красиво, видно, что Экуан – романтик дизайна, хотя и создал эффективное коммерческое предприятие. Экуан был президентом **ICSID** (1976 – 1977, Международный совет обществ индустриального дизайна, недавно переименован в **WDA**). После 1997 г. перешёл в ранг сенатора ICSD (сенат – синклит людей, работавших руководителями ИКСИДа).

Несколько разработок Экуана Стали массовыми: **бутылочка для соевого соуса** (1961, продается едва не в каждом магазине без малого 60 лет), **серебряные китайские ложки** (1975), **монорельсовая дорога** (1970), **трёхколесный одноместный автомобиль GK-1** (1982), мотоциклы, снегоходы, музыкальные центры для Ямахи. Впрочем, авторство размыто, так как Экуан – руководитель группы дизайнеров, коллектива авторов. Он важнее в качестве мотора создаваемого японского дизайна, собирателя сил, человек, признанный «сэнсеем» (учителем), авторитет которого непререкаем, а моральные и профессиональные поучения влияют на ситуацию в дизайне.

Экуан решает проблемы: так, автомобиль **«GK-1»** (1982) – трёхколесный, для одного пассажира. Он видел, что большинство автомобилей обычно везут одного-двух седоков. Трагедия больших городов – перевозка воздуха. В одной из презентаций «GK» представлена загромождённая автомобилями улица и рядом – пустая: все пассажиры уместились в одном автобусе. Так родилась идея предложить городу маленький автомобиль, отсюда трёхколесность, капсульность, аэродинамика формы. Однако, форма архаична, с вынесенными вперед и вне основного объёма колесами для устойчивости.

В 1993 г. «Даймлер-Крайслер» начал со швейцарской часовой компанией «SMH» разработку и в 1998 г. поставил на конвейер во французском городе Амбаш двухместную малютку «Смарт» (Smart, умник). После 2010-х гг. трёхколесный транспорт, микроавтомобили стали передовым направлением поисков автостроителей (есть и радикальное решение – идея отказа от личного транспорта в Сингапуре в 2018 г.).

Экуан бросил мостик от традиционной эстетики и коммерческих правил к моральным принципам профессии (заметим с отсылкой к исследователю мозга **Павлу Васильевичу Симонову**, что этика и красота взаимосвязаны на биологическом уровне). Теория красоты внятно сформулирована ещё в древнегреческой эстетике: красота – это мера, соответствие, строй, дающие возможность волновать, потрясать человека. Есть числовые их выражения в музыке, системах пропорций. В японской эстетике существует близкое к античному и русскому соотношение красоты и правды, союз которых способен вызвать глубокую зачарованность, восхищение красотой.

В японской культуре одна из высших ценностей – созерцание, переживание красоты. Европа сегодня считает красоту архаикой и признает особенности, выражение, специфику и новизну. Для японской традиции важно погружение в суть вещей, постижение их природы. Понятие красоты двойственно: в её основе взаимодействие с Правдой вещей (вещей в философском смысле, то есть не только материальных объектов, но и сущностей). Сочетание красоты и правды должно вызывать «**аваре**» – взволнованность, зачарованность красотой. Только единение правды и красоты вызывает аваре. Важный принцип японской культуры – не возникновение нового за счет прежнего, а воссоздание, возрождение прежнего в новом качестве. В сегодняшнем японском дизайне совмещаются два разнородных момента – традиционализм и авангардность, к чему стремятся не только японцы.

В этом направлении развивается дизайн-образование. Есть интересная давняя публикация **А. Устинова** о японской модели дизайнерского образования. Оно предполагает воспитание, развитие личности и кругозора дизайнера, а также освоение избыточных ремесленных и технологических навыков. В сложно устроенном мире ценны интеллектуальная, культурная, проектная вооруженность.

Среди преподаваемых дисциплин множество непредсказуемо разных, приведём их по статье А. Устинова с небольшими изъятиями: *философия, право, социология, современное общество; этика, эстетика, современная музыка и сценическое искусство; литературоведение, японская, китайская, зарубежная и детская литература; история, археология, история орудий труда на Востоке и Западе, история техники, архитектуры, искусств – японского, восточного, западного; история художественной промышленности стран Запада и Востока, история изготовления изделий (дерево, металл, керамика), история печатания, включая шаблоны, трафареты, шрифты, история моделирования одежды, культурология, сравнительное изучение культур, культура и ценности; психология и история психологии, зрительное восприятие, психология пластических искусств; педагогика, педагогическая этика; семантика, теория информации; естествознание, гигиена, эргономика, пластическая анатомия; математика, химия (химия красителей), изготовление материалов, машиноведение, теория конструирования, теория технологий, функция промышленного производства... Материаловедение, методы обработки материалов, музыка (исполнение), изобразительные искусства (живопись, скульптура, дизайн), ознакомление с произведениями искусства; графические способы интерпретации форм; ремесленные работы, каллиграфия, лекционные курсы (теория композиции, функция плоскости, функция формы, анализ формы, колористика) и практические занятия по лекционным курсам.*

[Устинов А. Японская модель дизайнерского образования / Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 748 – 761. Статья проиллюстрирована неаутентичными иллюстрациями известных японских разработок. К сожалению, в материале Хрестоматии опущены источники японских теорий, они остались в первоначальной публикации в Технической эстетике № 11 за 1986 г.]

Перечень представляется полезным для понимания амбициозных целей дизайна, нацеленного на лидерство.

Передохнули? Продолжим перечисление дисциплин: *изучение рынка; массовая культура; городская среда, город и искусство, жилое пространство, современное жилище, бытовая техника, семинар по быту; индустрия одежды; теория дизайна машин и механизмов; компьютеры как орудия труда; ближайшее будущее индустриал-дизайна; теория визуальных коммуникаций, современное состояние визуального дизайна; дизайн упаковки, теория японской и европейской промграфики; теория творчества и методика импровизации* – всего около 75 – 80.

Широтой это образование напоминает идеи европейских просветителей: развить внутреннюю природу мастера-лидера, за несколько коротких лет погрузить будущего творца в историю и культуру, традиционные и современные технологии; обучить методам анализа современного общества, его проблем и перспектив. На воспитание личности мастера как на первоочередную задачу нацелена была программа **Российской академии художеств** в XVIII в.: считалось, что только широко и всесторонне развитая, образованная и воспитанная личность способна достичь вершин искусства и духовно обогащать общество. Что-то подобное – воспитание и самосовершенствование лежат в основах буддизма, синтоизма, ламаизма и других религий. И только во вторую очередь важно освоение практических умений.

Представление, что японский дизайн – дубликат европейского справедливо и спорно. Справедливо, потому что был долгий период ученичества и естественного подражания. Спорно, потому что не учитывает всё более явной самобытности.

В 1984 г. в Москве в Центральном доме художника на Крымском валу была организована выставка **«Японский дизайн. Традиции и современность»**. Она должна была стать прорывом японской проектной культуры в российско-советскую жизнь. Почти 2000 экспонатов, преимущественно дизайнерских. Экспозиция призвана была дать панораму японского дизайна с упором на его самобытность.



Самобытность проявлялась уже перед зданием ЦДХ, где развевались традиционные японские рыбы, надуваемые ветром. При входе в выставочный зал представлялись полноразмерные макеты традиционного жилища, а напротив них – серийные разработки бытовых приборов, выгородки интерьеров современного японского дома. Традиционные жилища представлены фасадными коробками, современное же, напротив, раскрыто зрителям. На деле традиции просматривались частично: они читались в высокой культуре материала, в окленных белой бумагой щитах и подиумах, изящных объемных этикетках, в множестве нюансов: в том, как сияла натуральная белая ткань и снежно-белая бумага ручного отлива в разделе светильников, в показных полосах тканей, смотревшихся по-разному под разными углами зрения. Вплоть до артдизайнерского макета поющего женского хора, в котором «весомые» одинаковые хористки были похожи на всех и уникальны одновременно. Но любование предметами проявлялось и в высокотехнологичных аудио- видео- аппаратах: они представляли собой тонкие черные

параллелепипеды, с едва заметными выступами кнопок управления – неброские плоские ящики, оживающие при касании к ним – в продажу «Сони» запустила этот дизайн через много лет.



Выставка «Японский дизайн. Традиции и современность» не вполне соответствовала названию, на наш взгляд, ремесленные традиции Японии отличались от современного дизайна слишком многим – это были две самостоятельные культуры: эволюционная ремесленная и западная инновационная. Подготовка выставки велась, по словам В.Р. Аронова, музеем группы «Сэйбу в Токио», крупнейшими культурологами во главе с М. Есидой, директором Института гуманитарных наук при Киотском университете.

Традиций японской ремесленной культуры на выставке не прослеживалось, разве кроме эстетизма и культуры работы с материалами: бережно оклеенных белой бумагой стендов и подиумов, едва заметных узлов соединения стёкол витрин, изящных объёмных этикеток... Основными экспонатами были европейского вида приборы – от чайников и термосов до холодильников и видеотелефонов. Посетители могли восхищаться диковинными тогда для нас резаками с отламывающимися лезвиями, переводными шрифтами, арт-дизайнерскими объектами вроде кукольного женского хора. В нём десятки фигур одинаковы, унифицированы, но различались многими нюансами – были «типично индивидуальны».

Важный момент – звук, «окутывавший» и моделировавший пространство огромного выставочного зала. Мощные акустические колонки воспроизводили звуки от шелеста ветра и травы до голосов птиц, хрустящих колокольчиков и «фонирующего» электричества. Звуки концентрировались в разных частях зала, рассыпались, собирались, замирали – жили едва слышно, но пространственно, осязаемо и красиво, исчезали, появлялись, менялись. Они соединяли пространство в подсознательное единство, подчеркивали изящество тканей, меняющих рисунок и тон при фронтальном рассматривании и на просвет, изысканность деталей экспозиции.

В.М. Зайцев шумно восхищался текстилем и одеждой, которая застегивалась-расстегивалась как сплошная лента на молнии. Зрители находили своё, что делало выставку успешной. Одни дивились чуду видеотелефона или стиральной машины с химчисткой, другие – культурой работ. Японский дизайн показал диапазон вещей и явлений – светильников, кухонных приборов, интерьеров, сделав упор на красоте предметов и экспозиции. Эстетизм был диковинным и не мог быть до конца «опознан» зрителями в те годы. Дизайнерская духовность не была понята, но интуитивно воодушевляла. На современных разработках видна была печать евро-американизированного дизайна. Но пробивалась и собственная глубинная линия, отличающая японское проектирование и от российского, и от мирового: это было в фантастичном плакате **Коити Сато** с рекламой полиграфии фирмы «**Морисава**», выполненном на уровне понимания технологии, приближающемся к искусству: рекламный плакат типографии строился на двух градиентах «от ультра до инфра», один был по полу плаката, второй – по периметру. На плакате как

бы прочерчены мелом белые штрихи. Фокус в том, что образовывались они оптическим смешением контрастных точек, на синем – жёлтыми, на красном – голубыми и т.д. Японский дизайн затрагивал такой уровень технологий и синестетических ассоциаций, который действовал на зрителя помимо экспонатов. Японский дизайн искал себя, но не в механистичном «методологическом» ключе, а в единстве технологий и культуры.

Большинство предметов были вполне европейскими потребительскими продуктами: многокамерные и многодверные холодильники, мультиварки и термосы, стиральные аппараты и чайники со сковородками. Часть приборов была инсталлирована во вполне европейской трёхкомнатной квартире с отсутствовавшим на тот момент в быту видеотелефоном, кухонными приборами и телевизорами. Разве что комнаты были на традиционный манер не слишком загружены (кто-то из японцев как-то пошутил, что *европейские интерьеры напоминают склады магазинов*).

Отдельно показывалась экспозиция светильников, размещенных в белоснежной выгородке. Бестселлером на тот момент стала настольная лампа на прищепке (или струбине) **«Кобра»** (Cobra) **Масаюки Курокавы** (1973, Masayuki Kurokawa; выпускался фирмой «Yamagiwa»). Её запоминающаяся образность – ассоциация со змеей и остроумная изгибающаяся конструкция послужили прототипом европейских разработок – гнущихся диванов и кресел, светильников, в том числе в последнее время светодиодных. В «Кобре» воплотилась любимая архитекторами-метаболистами возможность меняться, так же как и в архитектуре метаболисты закладывали приспособление к новым условиям. Сегодня «Кобра» – дизайнерский антиквариат, поскольку светодиоды **Жореса Алфёрова** изменили массу и конструкции светильников.

Бумажные светильники **Тошиюки Кита** (Toshiyuki Kita, род. 1942; абажуры из бумаги **Мино Уоши** – Mino Washi) появились в 1970-е гг. в Италии. Кита использовал традицию абажуров из бумаги, в том числе японского американца **Исамы Ногучи**. Создав новые формы – «веер», из бумаги ручного отлива, например, «Кио», в честь любимого японцами советского фокусника Игоря Кио, Кита привнёс традицию и этнику в новую дизайнерскую среду. Светильники чрезвычайно просты в изготовлении, их аналоги выпускаются множеством предприятий в Голландии и Германии и продаются за незначительные деньги. Правда, европейцы при изготовлении используют тонкую бумагу. У светильников а-ля Кита и Ногучи, помимо дешевизны, есть функциональные достоинства: большая площадь рассеяния света, разнообразие форм и конструкций, несмотря на простоту.

А вот и технологическая игрушка: прозрачная пирамида из тонких нитей стекловолокна: свет фокусируется в точках соединения волокон. В основании пирамиды скрыто программное устройство, меняющее свет по пирамиде. Он то концентрируется в сгущениях стыков, то распадается или собирается в разных плоскостях, углах и частях объёма. Завораживающая красота, ставшая сегодня повсеместным трюком.

К 1984 г. японский дизайн накопил ряд работ, признанных дизайнерским сообществом классикой: клеёный фанерный **Табурет «Баттерфляй» Сори Янаги** (Бабочка, 1954, Sori Yanagi Butterfly, выпускаемый сегодня фирмой **Витра** / Vitra, и ставший знаком японского дизайна).

В форме его природная ассоциация – две половинки табурета, имеющие сложную конфигурацию, состоят из, условно говоря, юбки или фартука, тогда как в верхней части они трансформируются в сиденье. Части скреплены в трёх точках болтами и царгой. Очевидно, за формой – ассоциация, невозможная в Финляндии или Австрии. Сидеть на «Бабочке» не всегда удобно, вставать на него, занимаясь гигиеной дома, опасно – но табурет красив!



Сори Янаги (Sori Yanagi), 1954. Табурет «Баттерфляй» (Butterfly Stool, Vitra)

Форма для любования, как и Стул «Мэрилин», архитектора **Арата Исодзаки** (Arata Isozaki; есть проблема с датировкой, вероятно, 1981, на сайте архитектора указан 1985, что сомнительно; фирма Тендо Мокко; некоторые модели от ICF Italy). Стул – парафраз знаменитого стула **Чарльза Макинтоша «Hillhouse»**. Ч. Макинтош иронизировал над английской чопорностью, это почувствовал Алессо Мендини и редилайнировал стул в средневековую башню-донжон с двумя флагами. Исодзаки заимствовал лишь силуэт, но изменил его рисунок, изогнув спинку в подобие женских ножек и каблуков. Сработала ассоциация с кадром знаменитого фильма «В джазе только девушки». В сцене на вокзале по платформе идет Мэрилин Монро, актёры-музыканты любят линию ног и походкой актрисы. Ассоциация едва заметная, лёгкая, но читаемая, и органично название стула – «Мэрилин».



Стул Ч.Р. Макинтоша «Хилл Хоуз» и П. Араты «Мэрилин».1981.Фирма Тендо Мокко

Японский дизайн схож с финским высокой ассоциативностью – образностью, поводом для которой служит природа, факты культуры. Ассоциации японцев не всегда оправданы: когда кресло становится лепестками цветка, образ избыточен, функционально ущербен. Но японские мастера и сильны богатой ассоциативностью. Уже выставка 1984 г. показала, что заметна тенденция довести технологию до искусства с помощью эстетизации деталей, нюансов форм предметов.

Так был сделан плакат Коити Сато, рекламирующий полиграфию фирмы «Морисава»; одежда из полос на сплошной молнии; текстиль, меняющийся в зависимости от ракурса рассматривания... По поводу подражаний и аутентичности можно размышлять: **Арата Исодзаки** вспоминал в одном из интервью, как спорил с учителем – **Кендзо Танге** о великом **Фрэнке Ллоиде Райте**. Танге вовсе не считал Райта достойным мастером, в

отличие от Исодзаки. Возможно, потому, что Райт создавал законченность, тогда как Танге развивал метаболизм меняющейся архитектуры. Спор этот свидетельствует об отсутствии идейной монолитности в японском проектировании. Да это видно и по разработкам, среди которых есть традиционные, наивные и есть прорывные. Как везде, две версии – прикладная, можно сказать – коммерческая, жёстко привязанная к потребителям и рынку. Вторая – авторская, более свободная, поисковая.

На российской конференции «**Экодизайн 2002**» руководитель «GK Dynamics Inc.» **Ацуши Итидзэ** (Atsushi Ichijou, Токио) в сообщении «**Мотоцикл глобальный и местный**» (Motorcycle Global & Local) рассказал и показал, как тщательно при проектировании японцы изучают культурные особенности любого продукта, культурную типологию и предпочтения регионов мира. Одновременно в проектировании используются художественные ассоциации. На первом плане – красота: конструкции, компоновки, эргономики, формы как интегратора всех составляющих. Обратимся к словам дизайнера: «... Японцы многому учатся у природы. Я думаю, что в нашей культуре мы должны быть очень многому обязаны нашей природе. Анимизм – один из аспектов отношения к природе, состоящий в умении видеть душу в каждом кусочке природного мира. Мастера, делавшие японские самурайские мечи, прекрасно сознавали, что у меча есть своя душа. Мы тот же принцип вносим в дизайн своих мотоциклов, как Папа Карло, создавший Буратино и вдохнувший в него свою душу.

Европейская эстетика, например эстетика парков, строится на идеально-красивых геометрических формах. В отличие от европейского, японский сад строится на нерегулярности, естественности. Мы живём, ощущая вместе с садом смену времён года. Живя в одном ритме с природой, мы учимся у неё. Отсюда – долгая жизнь дизайна мотоциклов «Ямаха». Некоторые из них производятся очень много лет: SR выпускается с 1978 года, то есть всего 24 года. PW существует 21 год, начало её производства 1981 год. V-MAX сейчас уже 17 лет, RX-King выпускается с 1981 года 21 год; TW производится с 1987 года, то есть 15 лет. «Ямаха стремится создавать долговечные модели, хотя у нас очень много новых разработок. Сейчас мы заняты альтернативными поисками. И, тем не менее, для нас очень важно, чтобы наш дизайн имел долгую жизнь. Наше новое слово в дизайне: простота, строгость форм, чистота. Особенность японской культуры – красота в малом и красота в простом. Простой дизайн может производить достаточно сильное впечатление.

Весь XX век дизайн в основном думал о деньгах, об экономичности и удобстве. Но с наступлением новой эры мы должны в первую очередь думать об экологии. «Ямаха уделяет ей огромное внимание. Я сомневаюсь, что экологическое сознание является традиционным. Наверное, традиционной его частью (экологического сознания) является чувство красоты природы. И человек, и общество в целом сейчас испытывают много проблем. Одна из них – борьба с избыточным весом. Поэтому наше стремление – сделать все более компактно, изящно. Это наша концепция дизайна с самого основания компании.

<...> В прошлом человечество было слабым. Окружающая среда заставила его обратиться к силе своего разума. Так человечество стало сильным. Но теперь оно встало перед задачей: стать мягче, добрее и, может быть, даже слабее по отношению к окружающей среде. Потому что оно живет на планете Земля и должно жить вместе с планетой. Не думаем ли мы слишком высоко о себе, не слишком ли мы возгордились? Не настало ли нам время стать более мягкими?

<...> Америка более всего ценит силу мышц. А в Японии присутствует сила духа. Это выражается, прежде всего, в технике. Возьмем, чтобы проще было понять, автомобиль. Американцы увеличивают габариты, мощность, то есть сам автомобиль. Японцы же делают автомобиль меньше, компактнее, легче. В этом мне видится разница. Посмотрите и на другие примеры – на транзисторные приемники, компакт-диски, аудиовидеотехнику, идущую из Японии. Она вся маленькая, компактная, но в ней заключена

большая сила. Это и есть секрет японской высокой технологии. Мы, японцы, сами маленькие. Комплекс айкидо заключается, как вы знаете, не в том, чтобы убить противника, а в том, чтобы защитить себя. Мы действуем по большей части на уровне энергии, на уровне духа» [Стенограммы выступлений опубликованы в сборнике «Дизайн. Документы-3» и на сайте, URL: <http://art-design.tyumen.ru/publication/>, во вкладке «Конференция "Экодизайн - 2002"».]

В то время как тщательно проработанная, изящная и красивая японская аудио-видеотехника, фотоаппараты и видеокамеры, MP 3 плееры и диктофоны, телефоны и ноутбуки, автомобили и прочее захватывают мир, сами японские дизайнеры создают концепции развития дизайна. Вот как видит главную проблему – экологическую составляющую проектирования **Ясутака Соге**, преемник Экуана в «GK» (Yasutaka Suge, GK Industrial Design Inc., Токио) в концепции «**Дизайн изделий с экологической составляющей** (Product Design with Eco-concern)». Несколько выдержек из его программного выступления: «Первая концепция – это «**Экономия**» (Saving), забота о сохранении, экономии ресурсов. К сожалению, мы часто не думаем о том, что было бы неплохо не расходовать природные ресурсы зря. Я думаю, что эта идея должна лежать в основе идеологии экодизайна.

Следующая, вторая концепция, представляет собой прямо противоположный взгляд – «**Бесконечность**» (Infinity), это поиски источника вечной энергии. Если мы найдём новую энергию, то ресурсы ничем не будут ограничены...

Третья концепция – это «**Повторение**» (Repeatable). Думая об экологии, большинство людей в первую очередь думают, наверное, об утилизации и о переработке продукции. В конце своей жизни вещи, в зависимости от распределения и от инфраструктуры, будут возвращаться производителю. ...Для того чтобы снизить затраты на рабочую силу и снизить вообще всякие затраты, необходимо думать, как упростить утилизацию. И это может сделать как раз дизайнер...

Следующая концепция – это «**Метаболизм**» (Metabolism). Когда продукция, вещи подходят к концу своей жизни, нужно подумать, как избежать выбрасывания их на помойку. Как лучше использовать раму, изменить какие-то части и поверхность той или иной продукции для ее обновления? В процессе составления дизайн-проекта нужно думать о самих материалах, насколько они долговечны.

С другой стороны, существует другая концепция метаболизма, которая называется «**Преобразование**» (Transformation). В её основании лежит идея производить продукцию, которая прослужит очень долго...

«**Удаление**» (Removal). Нужно думать о том, как правильно избавляться от каких-то ненужных вещей. В экодизайне необходимо тщательно выбирать правильные материалы. Недопустимо, чтобы какая-нибудь продукция, вещь в процессе ежедневного использования выделяла газ с ядовитыми веществами. И так же надо думать о том, что, когда эта вещь попадет на свалку, будет сожжена, материал, из которого она сделана, будет выделять ядовитые вещества – это тоже может стать серьезной экологической проблемой.

Сердце экологии – «**Простота**» (Simplicity). Сначала не жалейте времени на поиск подходящего материала. Хорошенько думайте о структуре. А потом создавайте продукцию, чем проще, тем лучше. Отсекайте ненужные элементы, чтобы получить в перспективе эстетически выверенные продукты.

«**Усложненность**» (Complexity) как способ компенсации поможет использовать меньше материалов. Сейчас происходит значительный рывок в развитии аудио- и видеозаписи, а также в аппаратуре для воспроизведения. В сфере звукозаписи мы видим с вами огромные изменения. Сначала у нас были пластинки, потом кассеты, потом CD, потом мини-DV, а теперь карты памяти – Memory Sticks. И видеозапись сейчас тоже цифровая. Благодаря цифровой записи, цифровой памяти нам не нужно больше тратить

плёнку. Можно сказать, что это привело к уменьшению использования природных ресурсов.

Пример «Сокращения» (Reduction) в экологии. Поезд нельзя уменьшить в размере, как видеокамеру, например. Но новый поезд в Токио весит всего 65% по сравнению с предыдущим благодаря использованию новых легких материалов и новой конструкции. Сутью этого проекта было использование меньшего количества материалов. И благодаря новому подходу к решению конструкции, новым технологиям в производстве этого поезда затраты на поезд сократились вдвое. По сравнению с предыдущей моделью поезда, этот потребляет всего лишь 70% электрической энергии. Считается, что раньше поезд можно было использовать в течение 30 лет, но новый поезд можно использовать гораздо меньше.

И последняя концепция – это «Сочувствие» (Sympathy) и партнерство. Думая о том, что такое экодизайн, мы не должны забывать о людях. Молодые, пожилые женщины, мужчины с детьми или младенцами, инвалиды – всем им необходимо, чтобы напольное покрытие [в поезде] не было скользким, чтобы на полу были яркие индикаторы, чтобы в яркие цвета были выкрашены ручки и была информация для пассажиров.

...Деревня, город, лес, побережье, пустыня, дождь, снег, жара, холод, влажность – это только некоторые условия, которые нам диктует жизнь на планете Земля. Живя вместе на этой планете, мы должны думать о положительном, бережном отношении друг к другу. И только таким образом экодизайн распространится по всей Земле.

Если бы сжать весь мир до размеров одной деревни с населением примерно в 100 человек и сохранить все потребности человека, все жизненные параметры, которые существуют сейчас, получится примерно следующее: 61 человек были бы азиатами, было бы 13 африканцев, 13 американцев, в том числе 7 южноамериканцев, 12 европейцев и последний один человек был бы из региона Тихого океана. Было бы 52 женщины и 48 мужчин. 70 людей бы было не белых – цветных, а 30 было бы белых.

Что касается благосостояния этой деревни, её экономического положения, 59% имущества принадлежало бы шестерым, и все они были бы из Соединенных Штатов Америки. 39% принадлежало бы 74 человекам, и 21 человек разделили бы между собой оставшиеся 2% богатства мира.

15 человек будут голодать, поскольку на косметику тратится в 40 раз больше, чем необходимо. И поскольку на вооружение тратится в 10 раз больше денег, нежели на образование, 16 человек так бы и остались безграмотными, поскольку не могут посещать школу. У 21 более одного телевизора в доме, но у 16 нет даже собственного дома.

20 человек потребляют 80% мировой энергии. Им, этим двадцати человекам, принадлежит 80% мирового богатства. Список этих несправедливостей можно было бы продолжать, но одно мы знаем точно, дизайнеры среди двадцати богатейших людей. Поэтому нам необходимо думать о сочувственном отношении к людям. Мы должны решать проблемы сами. Меньше энергии, меньше материалов, меньше пространства, меньше затрат. Так что для вас всё-таки экономия: хорошая сторона жизни, или скучная сторона жизни? Все зависит от нашей этики».

Японский дизайн состоялся не потому, что появились дизайнеры, но потому что они восприняли себя частью мировой проектной культуры, вписались в неё. Они учились, двигались, завоевывали рынки, сотрудничали, приглашали к себе дизайнеров других стран и посылали своих дизайнеров работать в другие страны.

Создатель фирмы «Сони», одного из лидеров мирового дизайна, Акио Морита написал яркую книгу «Сделано в Японии». Он рассказал об истории возникновения фирмы от малехонькой «Токио цусин когё», зарегистрированной в мае 1946 года, когда «на улицах Токио в то время царили хаос, шум, гарь и зловоние», до «Сони» 1986 г., ведущей мировой компании, производящей профессиональное телекоммуникационное оборудование. Морита даёт суровый анализ мировой промышленности, экономики и производственной культуры разных стран. Особенно показательна встреча в СССР с

Джерменом Гвишиани, на которой случился многое объясняющий диалог: «*Господин Морита, – сказал он, – вот телевизор, который мы планируем сейчас продавать в Европе. Скажите, пожалуйста, каково ваше мнение об этом?*» Я снова его спросил: «*Я действительно могу сказать, что думаю?*» Он кивнул.

Я глубоко вздохнул. «Господин Гвишиани, в Советском Союзе есть замечательные, талантливые мастера искусств, – начал я. – У вас великие музыканты, балет – великое художественное наследие, а ваши исполнители славятся во всем мире. Это счастье, что ваша страна обладает и техникой и искусством.

Но почему же этого не видно в вашем телевизоре? Если у вас в Советском Союзе есть и искусство, и техника, почему же вы не сочетаете их, чтобы делать прекрасные вещи? Если говорить откровенно, господа, судя по тому, что мы знаем о рынке и вкусах потребителей, мы не думаем, что такой некрасивый телевизор можно будет продать».

На какой-то момент все удивленно замолчали, и тогда Гвишиани обратился к представителю министерства связи: «Ответьте, пожалуйста, господину Морите».

Он совершенно серьёзно сказал: «Мы понимаем, что вы говорите, господин Морита, но искусство не по нашей части!»

Это был невероятный ответ. Я почувствовал себя неловко: «О, я понимаю. Я сказал всё, что хотел сказать. Если вы дадите мне один из этих телевизоров, я возьму его с собой в Токио и попрошу моих инженеров дать вам наши рекомендации, как его улучшить». Я это сделал, и наши инженеры написали длинный отчет, предлагая некоторые изменения в схеме и другие пути улучшения телевизора. Но без технологии «Сони» [Морита А. «Сделано в Японии». История фирмы Сони / При участии Эдвина М. Рейнгольда и Мицуро Симомуры. – М.: Прогресс, 1990. – 413 с. и др. издания].

Заканчивается эта в высшей степени социальная книга сентенцией: «Я верю в светлое будущее человечества и в то, что это будущее принесет захватывающий технический прогресс, который обогатит жизнь всех людей на нашей планете. Лишь расширяя мировую торговлю и стимулируя рост производства, мы сможем воспользоваться возможностями, открывающимися перед нами. Мы, граждане свободного мира, можем творить великие дела.

Мы доказали это в Японии, добившись того, что слова «Сделано в Японии», которые раньше ассоциировались с товарами плохого качества, теперь воспринимаются как синоним отличной продукции. Но недостаточно, чтобы таких успехов достигла одна страна или несколько стран. Будущее мне представляется как прекрасный мир товаров и услуг высшего качества, в котором марка каждой страны будет служить символом качества и все будут бороться между собой за заработанные большим трудом деньги потребителей, устанавливая справедливые цены, отражающие соответствующие обменные курсы валют. Я верю, что такой мир скоро будет создан. Перед нами стоит большая задача, успех в ее решении зависит только от нашей силы воли».

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН В СССР. 1970-Е – 1980-Е ГГ.

Можно обсуждать, правомерны ли термины «авангардный дизайн», «радикальная архитектура», «неоавангард» и другие? Не пора ли их заменить общим термином «концептуальное искусство», «концептуальное проектирование»? Ареал концептуализма в XX в. шире, чем прежде казалось. «Концептуальная подоплёка» объединяет и живописный примитивизм Натальи Гончаровой с искусством кубизма, и с неоавангардом, внутри которого впервые внятно было продекларировано **концептуальное искусство Дж. Кошута**. Направления культуры неоавангарда – энверроументальное (энвайроментальное) искусство, минимал-арт, бедное искусство, хеппининг близко-родственны тому, что мы называем «концептуальным дизайном». Близки идеологически, рефлексией, неприязнью к

привычным опытам. Неоавангард и концептуальный дизайн, архитектура едины в стремлении перепроектировать общество.

Советский концептуализм появился в конце 1970-х гг., когда европейский уже приручался к заказам и сосуществованию с «проклятыми» капиталистическими реалиями. Он подпитывался бунтарским эхом журнальных публикаций, статьями «продвинутых» авторов, размышлявших о глубинной перестройке мира. А вокруг – нарастающий консерватизм и потребительство, желание «жить хорошо».

Умеренная свобода мысли, выставочная легкость, разнообразие идей обрушивались на идеологизированные мозги со страниц «Декоративного искусства СССР», «Технической эстетики», эстонского «Кунст я коду»; со страниц газеты «Архитектура», журнала «Архитектура СССР» или переводного французского **L'architecture aujourd'hui**, не говоря о поступавших в профессиональные и национальные библиотеки западных журналов и изданиях соцстран. Эта медиаатака тревожила отечественных проектировщиков, исторически чутких со времён крещения Руси к мировым новинкам («страх отстать по К. Лоренцу). Одним из самых отзывчивых регионов была Прибалтика, географически и культурно переплетённая со Скандинавией. В Эстонии с середины 1960-х гг. проходили концептуальные выставки, к примеру, кинетиста и профессора МАРХИ В.Ф. Колейчука, собственных мастеров-экспериментаторов (1977 — «**Структуры**», Дом архитектора, Таллин; 1978 — «**Пространство и форма**», Таллин; 1983 — «**Кинетическое формообразование**», Дом знаний, Рига). Социальное содержание было невелико, в отличие от европейских инициатив. Были и национальные издания по художественной культуре

Эстонский художественный институт готовил европейски ориентированных дизайнеров, некоторые из них работали художниками кино или сосредотачивались на живописи, как Андо Кескюла.

[Интересна смена вех. Вот как это время комментируется на профессиональном русскоязычном сайте. Анна Позняк писала в «Утилизации архитектурного наследия»: *«В этом году на биеннале обсуждали вопросы сохранения социалистических и модернистских пространств и идей и ограничились временной рамкой 1960–1980 года. Именно тогда в Таллине начали появляться интересные здания и городские проекты. ... В 1960-е – 1980-е гг. Таллин активно застраивался и, как во всех социалистических республиках, городская застройка наполнялась идеологией светлого будущего и мечтами о лучшей жизни. Сейчас, когда индивидуализм и установка на потребление являются доминирующим набором ценностей среднестатистического жителя эстонской столицы, архитектурные формы недавнего прошлого кажутся как минимум неуместными, соседствуя с современными зданиями и дорогой жилой застройкой»*. URL: <http://urbanurban.ru/blog/experience/291/Utilizatsiya-arkhitekturnogo-naslediya>]

Европейский концептуализм отличался от советского примерно так же, как готика Западной Германии отличалась от готики Германии Восточной, в частности, близкой нам Пруссии (напомним, что дизайн возник на востоке Германии, в Веймаре). Если аборигенных западников волновало устройство мира и общества, то для отечественных мастеров первичными были проблемы выразительных средств, формы, личного видения – того самого пробивавшегося индивидуализма, который грезился родовой чертой Запада. Для людей искусств Запада консьюмеризм, индивидуализм, коммерциализация и ответственность художника перед обществом выходили на первый план. Капитализм (он же «рыночная экономика») научился покупать людей благами, что удавалось и социализму, разрешившему базовые противоречия капитализма. Общественные проблемы советского общества иронически и точно звучали в известном анекдоте «**Четыре парадокса социализма**»: *«Никто не работает, а зарплату все получают; зарплату все получают, а купить на неё нечего; купить на неё нечего, но у всех всё есть; у всех всё есть, и все недовольны»*.

«Сенеж» показал красоту языка экспо- и средового дизайна, выучил плеяду проектировщиков. Многие из студийцев, разъехавшись по городам и весям, реализовали уроки у себя дома в той мере, в какой позволяла бюрократическая среда, управлявшая то ли развитым социализмом, то ли госкапитализмом – насколько им это позволяла

профессиональная смелость и убеждения. Общество на рубеже 1970-х – 1980-х гг. стало податливей и мягче: ослабление мобилизационной психологии и брежневская разрядка мировой напряжённости размывали идеологическую догматику. Да и региональные политические элиты, деятели искусств испытывали потребность в обновлении надоевших форм (сужу по тюменскому опыту). Фраза 1980-х гг. *«так жить нельзя»* зрела в обществе, среди художников, интеллигенции, и даже среди офисных служащих.

Московские концептуальные выставки конца 1970-х гг. урбанистическим и визуальным проблемам. На выставках сошлись три десятка молодых архитекторов и дизайнеров, прежде всего тех, кого не устраивала стандартизированная повседневность.

[Между 1974 – 1977 гг. прошла серия художественных выставок-акций: «бульдозерная» на ул. Профсоюзной в Москве; открытая выставка в Сокольниках; выставки «левых» художников на ВДНХ, результатом которых стала легализация всех направлений андеграунда и создание Комитета художников-графиков и фотохудожников. Им предоставлены были выставочные залы в разных городах, в Москве – на Малой Грузинской, 28, огромный оборудованный подвал в «элитном» доме, в котором жил, например, В. Высоцкий]

Летом 1977 г. в Москве на ул. Жолтовского, в мало посещаемом зале СХ РСФСР, открылась первая проблемная выставка, называвшаяся **«Выставка молодых дизайнеров»**. У неё была внятная идеология, но не в названии, а в составе работ и посылах, шедших от экспонатов. В «ДИ СССР» появилась статья **Владимира Паперного «Дизайн общения дизайнов»**, констатирующая (без особых подробностей) появление направления дизайна или группы относительно молодых людей, не готовых идти ни путём ВНИИТЭ, ни по тропам Сенежа: *«На эту выставку приходили по разным поводам: посмотреть на новую мебель, почитать теоретические тексты, посидеть на надувных креслах; приводили детей поиграть с гигантскими тряпичными яблоком, грушей и крокодилом; сюда приходили повидать знакомых, здесь назначались встречи; сюда, наконец, забредали, чтобы просто побыть в совершенно особой среде, где посетитель находился как будто одновременно на сцене, за кулисами и в зрительном зале и чувствовал себя сразу и актером и режиссером и зрителем.*

Впечатления не скрывали и высказывали так, чтобы их не могли не услышать все, каждый считал себя знатоком и почитал долгом навязать свою точку зрения любому, кто окажется рядом. Многое поначалу вызывало недоумение. Судя по названию, это была выставка дизайна — многие же вещи, как справедливо возражали некоторые посетители, относились скорее к декоративному искусству; выставка была посвящена проблемам жилой среды, но тогда причем тут пейзажи, портреты и плакаты, спрашивали другие; выставка должна была решать «молодежные проблемы» как наиболее близкие авторам, но, может быть, в возрасте от 25 до 37 лет уже естественнее решать проблемы «зрелости»? – ехидно замечали третьи; вещи, показанные на выставке, как правило, не предназначались для промышленного производства, это, как говорили авторы, почти «рукотворные» вещи, которые должны показать каждому потребителю, что он может сделать своими руками у себя дома – непонятно при этом, как же он будет своими руками сваривать поливинилхлоридную пленку, гнуть и полировать стальные трубы, клепать светильник из латунных лепестков, который, кстати, давно уже выпускается в Дании промышленным способом. Пятые говорили, что все это они уже видели в журналах «Domus», «Form», «Crée».

Если кратко изложить содержание выставки в стиле ее экспозиции, то произошло следующее: двадцать человек – большинство из них окончило Строгановку, некоторые архитектурный, среди них были и «стафф-дизайнеры», и работники дизайн-фирм, и «независимые» дизайнеры – отклонились на время от своего пути, уклонились от следования корпоративным нормам своих организаций. Они как бы сошли с рельс, чтобы к изумлению окружающих, поехать прямо по зеленой траве, как это бывает только в детских снах (чем до некоторой степени оправдывается слово «молодые»). Поехать

навстречу друг другу» [Паперный В. Выставка молодых дизайнеров // ДИ СССР. – 1978. – № 1, или: Хрестоматия по дизайну, с. 430 – 439]

Это была едва ли не первая выставка, в которой предлагались новые модели вещей и типа существования. Она предполагала самостоятельное творчество, именуемое сегодня на чистом русском языке «хандмейд», создание собственной среды жизни из подручных материалов, свободу от штампов и догм о хорошем и плохом. Одним из моторов-идеологов был **Александр Павлович Ермолаев**, сегодня профессор кафедры дизайна архитектурной среды МАРХИ и «трудный человек». Среди двадцати участников – **Юрий Владимирович Назаров**, создатель Союза дизайнеров России и вице президент Национальной академии дизайна, а тогда совсем молодой выпускник Строгановки; архитектор и экспериментатор **Вячеслав Фомич Колейчук** (1941, дер. Степанцево Московской области – 2018, Москва), дизайнер-график **Игорь Борисович Березовский** (1942, Омск, –2007, Москва) и др.

Участники предлагали посетителям самостоятельно менять жизненную среду. Первое, что заметно и сегодня по фотографиям: в зале изменен интерьер с помощью растяжек цветных однотонных тканей. Мебель не принадлежит ни к одному направлению, вернее, это теперь называется «handmade» («мейкерство») – рукоделие: на каркасе из упаковочных деревяшек – сиденье, спинки – это просто натянутые ткани. Другой вариант: мебель из жесткого пенополистирола, листы которого обтянуты чехлами из ткани с люверсами по бокам, за счет них плиты пенополиуретана можно шнуровать, менять их конфигурацию, превращать в шкаф, стол, сиденья. Или: светильники из надувных хлорвиниловых объемов ярких цветов – этикие связанные в гроздья желтые или металлизированные «сосиски» (сегодня производятся в Китае).



Объекты были новыми по материалам, формам. Не менее удивительно выглядело «Древо жизни», отдалённо похожее на дерево структура – кладёшь семейных реликвий. Ряд предметов возник как память о провинциальном быте, например, молочница в виде коровы, хлебница в виде «озера» с расписными лебедями или утками, сахарница в виде домика. Выставка стала дискуссионным клубом, которые ныне, увы, в отличие от презентаций новых товаров под манящую клубнику и веселящие напитки, напрочь исчезли.

Вторая выставка зимой 1978 г. имела точное название и адресат «**Дизайн для города**». Теперь участвовало 28 авторов – 21 дизайнер и 7 архитекторов. Она была интереснее, более проблемна – «концепты» или манифесты авторов, крупно «высеченные» на картоне фломастером на манер Соттсасса (память о публикациях в «ДИ»). Тексты звучали примерно так: «*Освободить объекты от визуальной стерильности, внести в них неожиданность и остроту. Формируя вещь, оперировать укрупнёнными элементами, массами, плоскостями, объёмами. Добиваться выпуклости, очевидности, конструктивных решений, использовать окраску в диапазоне от лессировки до рельефа*» (**Юрий Назаров и Константин Скирдаков**).

Критики, писавшие о выставке, понимали, что имеют дело с историческим событием [Коник М, Черневич Е. «Дизайн для города»: вторая выставка молодых дизайнеров // Декоративное искусство СССР. – 1979. – № 8, или: Хрестоматия по дизайну, с. 440 – 449].

У работ появились авторы, проектные концепции и решаемые задачи. Они могли выглядеть химерически, но искусство, как и наука – эквилибристика между химерами и реальностью: «Расширение пластических характеристик городской среды средствами дизайна» (**Евгений Богданов**); «Возвращение человеку, городу визуальных ценностей – на уровне пластических первоэлементов – простых форм, натуральных материалов, фактур, краски, открытого цвета» (**Александр Ермолаев**); «Изображения на гофрированном картоне» (**Игорь Березовский**); «Встреча с вещью» (**Александр Лаврентьев и Ирина Преснецова**); коллективный «Проект формирования городской среды. Бульварное кольцо» (**Леонид Ентус, Игорь Майстровский, Мария Майстровская, Леонтий Озерников, Станислав Черменский**); «Дом мастера» (**В. Петренко**), не все имена удалось расшифровать), «Надувные светильники» (**М. Борисова**).

Среди участников отмечены **Виктор Зенков, Андрей Боков и Владимир Гудков; Евгений Асс, Л. Волчек, А. Ларин, Владислав Кирпичев**, в большинстве своём сегодня видные фигуры архитектуры и дизайна. Некоторые работы – шутливо-прикладного характера, например живопись И. Березовского на гофрокартоне: смотришь с одной стороны – фотографичный и чистый чайный натюрморт, рассматриваешь с противоположной – видишь пожилую, битую жизнь пару башмаков.

Вячеслав Колейчук представил свои любимые вантово-стержневые конструкции для праздничного дизайна дворов, продолжающие идеи скульптора **Карла Йогансона**, который в 1921 г. создал серию структур из деревянных брусков и растяжек. Они переносили события праздника в воздух, в пространство, граничащее с небом. Наконец, они энергичны и легки, к сожалению, мало используются, хотя обладают огромным потенциалом выразительности.

Многие объекты были интересны и новы: объёмные знаки дорожного движения, они же – городская скульптура; фарфоровая дворовая горка, парковая скульптура – поп-артовские «части головы и лица» (студентам знакомы эти академические задания по рисунку), только изысканно сделанные как детали-объекты на тонких цилиндрических стойках и слегка тонированные «кислотными» красителями губы, носы и уши из белого гипса.

Проблемна комплексная работа «**Проект формирования городской среды. Бульварное кольцо**». В ней предложены приёмы колористики и внедрения искусств: «тронутые» цветом улицы, тротуары; на скамейках появлялось «большое искусство» – классические произведения на спинках и сиденьях скамеек. Для Москвы цвет актуален, ведь в городе всё больше преобладают пасмурные дни. Ирония, юмор в предлагаемых решениях, свобода цитирования шедевров – новые компоненты 1970-х гг., свидетельствующие о выходе за рамки проектных догм официального стиля – функционализма. Нараставшей в советском обществе буржуазности противопоставлялись естественность, свобода и разнообразие проектных ходов. Раскрашенные деревья, строительные леса с нарисованными облаками; радуги, парящие в праздничные дни рыбы и змеи, игра восприятий... Эксперименты с растрами и меняющимися изображениями вскоре привели к производству сначала небольших магазинных призматронов, превратившихся сегодня рекламное исчадие городских улиц.

Наш концептуальный дизайн менее глобален, он больше нацелен на эксперименты с формой. Заметим, что в России любят прикладные вещи, решения, которые ясно, как и каким образом можно реализовать. Нам ближе их «жизнеспособность», позволяющая не тратиться на разработку технологий, новых материалов или функций и выстраивание отношений с потребителями. В этой части – наибольшее отличие российского дизайна, лишь на студенческой скамье допускающего эксперимент под давлением педагогов,

измождённых потоком повторяющихся одинаковых решений. Прекращение выставочных экспериментов в связи с «усталостью» отечественного дизайна **Александр Николаевич Лаврентьев** отметил публикацией в серии «Практический дизайн» сборника «Эксперимент в дизайне» [Эксперимент в дизайне: учеб. пособие / сост. Александр Лаврентьев. – М.: Издательский дом «Университетская книга», 2010. – 244 с.: ил.]

Концептуализм распространяется всё шире. Великие обеспеченные архитекторы и дизайнеры мира уже не мечтают о социальных переменах. Наступает время малых дел и мейнстримных стандартов. Многие разработки проектируются для рекламы, самопоказа. Темой проекта может быть конкурс, проведенный в 1986 г. немецкой фирмой оконной и дверной фурнитуры «FSB», собравший таких знаменитостей, как Ханс Холляйн, Гаэ Ауленти, Питер Айзенманн, Дитер Рамс, Марио Ботта, Арата Исодзаки, Алессо Мендини или Петер Тучный. Но малые дела позволяют формировать большие идеи. Так, Марио Ботта соединяет в дверной ручке «механику» и «органику», Арата Исодзаки и Ш. Хайаши «воспринимают ручку как средство для первой и положительной рефлексии человека». А Питер Айзенманн (недавно пришедший к полному отрицанию личных автомобилей в городе и отказывающийся от проектирования зданий с автостоянками) превращает ручку в единство искусства и функций, которое проявляется в том, что ручка – единственный подвижный объект, похожий на урбанистическую планировку и меняющий положение в пространстве города, состоящего из статических объектов. Позже он спроектировал и другие аксессуары: ювелирные украшения, текстиль [Техническая эстетика. – 1987. – № 10]

Интеллектуализация в искусствах и дизайне, концептуальные методы становятся нормой, как и проектное мышление. Говорят, сегодняшний вид человека правильно называть «человек дважды разумный – «homo sapien sapiens». Возможно, что и так.

ДИЗАЙН И МЕТАФОРЫ

До 1950-х гг. шли дискуссии: дизайн – это искусство? И сейчас дискуссия открыта. Почему-то вообще любой новый вид творчества пытаются этим вопросом. Например, кино – искусство или тупое развлечение? Есть версия, что до 1970-х гг. кино было искусством, теперь – развлечение. Цирк – искусство? Компьютерное моделирование, мультимедия – искусство? А телевидение – искусство ли? Обсуждения телевидения не прекращаются 50 лет. В навязчиво возникающем вопросе просматривается то, что в сознании большинства Искусство является высшей мерой качества любого продукта. Можно было бы вспомнить, что Б. Арчер поставил мало замеченную точку: «совокупный опыт... воплощенный в *искусстве* планирования, формообразования, изобретения и воплощения». Но нет ни одной гуманитарной аксиомы и нет инстанции по их установлению. Каждое время будет менять взгляды на дизайн: «маркетинговый инструмент», «проектная цивилизация», «самовыражение», «самоидентификация», «социальный инструмент», «искусство»...

В 1960-е гг. доминировал неофункционализм. «Концептуальный», «скульптурный», «радикальный» дизайны, а позже и «мемфис (постмодерн)» были протестом против однообразия форм и однотипной догматики: «функция – конструкция – форма». Протест подточил устои технократов, молившихся прагматике и логике. Но появились возражающие, и не только среди дизайнеров. **Роберт Вентури** в «Небольшом манифесте» (1966) заявил, что взамен черно-белому союзу «или» нужно использовать соединительный союз «и»: не чёрное или белое, а чёрное и белое, но и серое, и даже цветное [Вентури Р. Небольшой манифест // В сб. Мастера архитектуры об архитектуре. – М.: Искусство, 1972, с. 543 – 558; фрагмент: Хрестоматия по дизайну, с 780 – 781].

Через некоторое время подросла книга **Чарльза Дженкса «Язык архитектуры постмодернизма»** [1977, русское издание: Дженкс Ч. Язык архитектуры постмодернизма / пер. с англ. А.В. Рябушина, М.В. Уваровой; под ред. А.В. Рябушина, В.Л. Хайта. – М.: Стройиздат, 1985].

И почти одновременно – «Хай-тек», книга-каталог четырёх американских авторов, положившая начало осознанию культуры хай-тека [High-Tech. The industrial Style and source Book for the Home by Joan Kron and Suzanne Slesin. – L.: Allen Lane Penguin Books, 1978].

Правда, авторы имели в виду совсем иное, чем то, что подразумевается сегодня модными салонами и студиями. Хай-тек, ставший направлением внутри функционализма, и постмодерн, его противоположность, развивались, как будто функционализм давно в истории. Для хай-тека ржавые изделия функционализма важны не меньше фикусов и плетёных кресел или венских стульев, кудрявых вещей ар-деко. Для постмодерна вообще весь поток мировой культуры един, что позволяет снять оковы с воображения и стиля мастера и предоставить ему свободу цитирования художественных текстов. В 1990-е гг. этим направлениям в поддержку явится гранж, направление альтернативной музыки рока, впитанное модой и переданное пластическим искусствам, в том числе архитектуре.

Омар Калабрезе дал чрезвычайно интересную версию нашего времени, определив его как «эпоху необарокко». Калабрезе не предполагал возвращение к барокко XVII-XVIII вв. Он нашёл множество культурных особенностей, родственных барокко. Не случайно «Эпоха необарокко» цитируется и комментируется до сих пор. Вот лишь некоторые приметы её: «Отказ от эстетических правил, симметрии и приход дисгармоничного и асимметричного», «утрата общего замысла», «закат целостности и преобладание деталей и фрагментов», «отсутствие логики целого, но набор логики фрагментов — эстетика фрагментов», «работа на излишествах», «вечное откладывание, отсутствие склонности делать, обращение внутрь себя»; «непоследовательность», «эстетика приблизительного – любовь к неясному, неопределённому и смутному»; «замена подлинного эстетикой высококачественного технического воспроизведения», «виртуальное взамен реального», «синдром кнопки: зэппинг (zapping) – синдром переключения каналов телевизора, но здесь – новая образность, основывающаяся на отказе от рекламного и идеологического прессинга, приводящая к свободному коллажу смыслов, изображений на основе случайности»; «преобладание бесформенного и нестабильного», «обесценивание хорошего и плохого», «культурная сложность», «эстетика катастроф», «волнение и неправильность как управляющие факторы», наконец – «гипотактичность» (прямое следствие пользования компьютером, приводящее к неспособности видеть целое и перестройке мышления в виде отдельных последовательных шагов без особой цели). Перечень культурных свойств времени можно продолжать [Н.В. Кислова корректно изложила основные тезисы книги Calabrese O. L'età neobarocca. – Roma-Bari: Laterza, 1987 в ценной публикации «Эпоха необарокко»: Хрестоматия по дизайну, с. 552 – 573. Книга Омара Калабрезе до сих пор объект научного интереса, его выводы и суждения актуальны и полезны для самоосознания художественной культуры и практики, а У. Эко назвал О. Калабрезе «провидцем».]

Становится важной не произведение, не результат – его интерпретация. Симптоматично, что особенности, названные здесь, воплотились в литературном творчестве **Умберто Эко**, в частности в «Имени розы». Эко по основной работе – учёный, профессор-семантик Болонского университета, то есть интерпретатор искусств, точнее – исследователь способов интерпретации. Его специализация – визуальные коммуникации. В искусствах становится важной культурная насыщенность, семантика, и мы выходим на то, что и в дизайне начинает цениться «произведение как текст», поэтика — наличие приёмов художественно-образного языка, а не только функция.

Начиная с 1970-х «эстетических» годов проектирование всё больше увлекалось сочинением «визуальных текстов», развитием коммуникаций разного рода, в основе которых лежали приёмы поэтики: метафоры, сравнения, наделение форм свойствами других материалов: прозрачности, «историчности» и состаренности, прямыми и косвенными декларациями. В разработках появлялись множественность смыслов и подтекст, ирония. Упоминание о гранже не случайно – его язык наполнил разработки – графику, текстиль, архитектуру и предметы, выставки таким числом смыслов, диффузионных приёмов, при котором границы между видами и жанрами искусств стали

слабо различимыми. Здания «Евроњюса» и «Оранжевый куб» в Лионе **Брендана Макфарлейна** и **Доминики Жакоб**, здание **Минкультуры** Франции **Франсиса Солера**, наряженные в кружева или «рваные колготки» (Оранжевый куб) в духе Вивьен Вествуд, стали приметами нового языка и новых тенденций в пластических искусствах. Примером такого нового языка в промышленном дизайне стали работы российского предприятия «Биоиньектор».

БИОИНЪЕКТОР

Компания «Биоиньектор» (Bioinjector) создана в 1991 г. авиационным инженером **Игорем Николаевичем Сафроновым**, выпускником Московского авиационного института. После института он работал на космос, в частности участвовал в проектировании и испытаниях беспилотного «Бурана». Как рассказывал он, создание производства сейфов под маркой «Биоиньектор» не было связано ни с маркетинговым исследованием, ни с бизнес-целью. Скорее, с русским «авось»: *«Меня взяла обида – Тайвань и другие заполнили рынок своими сейфами – неужели мы не можем сделать достойный продукт!?»* Сафроновым руководило, как он выразился в беседе, *«национальное тщеславие»*.

МАИ расположен бок о бок со Строгановкой. И мы знаем не один случай перехода из авиационной профессии в дизайн (**Л.А. Кузьмичёв**, директор ВНИИТЭ). Но дизайнерами «Биоиньектора» стали не «строгачи», а выпускники МАРХИ, «архитекторы-дизайнеры» **Владислав Савинкин** (Владислав Владимирович) и **Владимир Кузьмин** (Владимир Георгиевич), ученики «нашего Савонаролы» архитектора и проектировщика **Александра Павловича Ермолаева**.

В пиковые годы компания выпускала сейфы, оружейные шкафы, банковское оборудование; проектировала и исполняла помещения различного назначения, а также уникальные интерьеры, стилистически близкие хай-теку и связанные с инжинирингом.

[Словарное определение: «**Инжиниринг**» – от английского термина «engineering», означающего «сооружать, проектировать, устраивать, затевать, придумывать, изобретать». К основным видам инжиниринга относятся: предпроектная деятельность (предварительное исследование, технико-экономическое обоснование), проектная (составление проектов, генплановых схем, рабочих чертежей и т.п.) и послепроектная (подготовка контрактных материалов, торгов, инспекция строительных работ и т.п.) деятельность, а также рекомендации по эксплуатации, управлению, реализации выпускаемой продукции]

Усилиями Савинкина-Кузьмина появились основные разработки, создавшие типоряд и образ предприятия (в 1998 г. «Биоиньектор» удостоен Государственной премии в области литературы и искусства в номинации «промышленный дизайн»). С 2005 г. «Биоиньектор» совместно с компанией «CitySafe, New York» развивает проект «Modul-X» – модульную систему ячеек и объёмных сейфовых комплексов. И. Сафронов так описывает времена в «Биоиньекторе»: *«Если у нас появлялись свободные средства, мы сразу находили проекты, куда можно было их вложить. Мы жили в этом — денег между акционерами не делили. Везде был живой труд и высокая квалификация, технологии достаточно трудоёмкие и долгое время не было автоматизированного оборудования. Я, как генеральный директор, получал зарплату наравне с лучшим рабочим, у него выработка, а у меня – ответственность, оба зарабатывали 600 долларов в 90-е годы. У нас был серийный стабильный балласт – мы делали сейфы, чтобы плыть под килем, а для удовольствия мы занимались архитектурным дизайном»*. Сафронов – вполне в русском духе – охладил к своему детищу, как только оно превратилось в успешное коммерческое предприятие, продукция продавалась в России повсеместно, поставлялась и в Европу. В 2010 г. он продал бизнес, уехал в Лондон, где поступил в магистратуру в области искусства и науки Королевского колледжа искусств (RCA) – самую известную и заветную школу искусств и дизайна – всемирную магистратуру и докторантуру.

Программа компании состояла в следующем: *«Жизнь в сегодняшней реальности – постоянное реагирование на её изменения и противоречия. Осмысленное, аутентичное взаимодействие в стремлении к экологичности, сдержанности, контекстуальности есть путь к созданию нового образа жизни, открытию новой реальности. Наследуя традиции поиска и эксперимента Русского авангарда, вдохновляясь творчеством мастеров современного Искусства, исповедуя авиационную культуру понимания надёжности и совершенства конструкции, Биоинъектор определяет дизайн как Технологию Безопасности»* [Курьерова Г.Г. Своя игра на своём поле // Дизайн-ревью. – 1995. № 2-3 (7): то же: Хрестоматия по дизайну, с. 110 – 111]

Дизайн «Биоинъектора» появился в тот момент, когда мировой дизайн устал от безликой унифицированности. Даже киты глобальной промышленности и лидеры рынка стали искать новые решения, часто с элементами крайности. Основой «Биоинъекторов» стала качественная инженерия: использовались лучше механизмы, преимущественно немецких фирм, имевших долгий непрерывный опыт проектирования. Появление компании совпало с распадом СССР, крушением второй в мире экономики и хозяйства, сменой режима правления и политико-социальной модели и откатом к началу XX в. Дизайн, оставшийся без попечения государства, выплывал самостоятельно, завися от спроса и вкусов новых российских богачей. Самобытный дизайн «Биоинъектора» возник как бы вне основных трендов экономики, на стыке традиций высокого искусства, маргинальной образности: метафор, отвлечённых от сейфов. Большинство разработок из «дизайнерской» линии получали собственные имена: «Озеро», «Диана», «Даная», «Сыр», «Авиатор», «КГБ», «Кирпич», «Малевич» и т.д. Это было вполне в русском духе: имена-метафоры спорикасались с назначением продуктов, иногда через косвенные ассоциации: «Чёрный куб», «Кирпич», «Сыр», «Шлиман». Иногда ассоциативные ходы были совсем сложными: «Диана» и «Даная».

В создании коллекции сейфов свою роль сыграла **Галина Григорьевна Курьерова**, выдающийся историк и теоретик дизайна.

[Курьерова Галина Григорьевна (1953, Москва – 2000, Москва), кандидат искусствоведения, лауреат Государственной премии России. В 1978 г. окончила МГУ им. М.В.Ломоносова, работала во ВНИИТЭ. Интересы Курьеровой были связаны с итальянским дизайном, который она воспринимала как во всех отношениях настоящий («Итальянская модель дизайна», 1993). Публикации в сб. «Дизайн на Западе» (1992), «100 дизайнеров Запада» (1994) и др. создали Курьеровой репутацию сложного автора, но *«единственного, кто в современной России пишет о дизайне»*, вскрывая его суть. В многосложных фразах соединялись наблюдения за семантической глубиной дизайна, социально-культурные и философские анализы проектов, к которым Г. Курьерова относилась как к «текстам». Это позволило С.И. Серову определить сочинения Курьеровой как метатексты, то есть относящиеся не только к предмету исследования, но и к личности автора: Итальянская модель дизайна. Проектно-поисковые концепции. – М.: ВНИИТЭ, 1993; Дизайн на Западе. – М.: ВНИИТЭ, 1992; 100 дизайнеров Запада. – М.: ВНИИТЭ, 1994; Иллюстрированная хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005]

Курьерова к этому времени, по её словам, *«разочаровалась в стульях»* (в промышленном дизайне, буквально говорила: *«Я думала – стулья меня спасут, нет, не спасают»*). Будучи человеком высокого полета и чрезвычайно требовательным, она отказывалась участвовать в ажиотажной гонке за жизненными благами, начавшейся в 1990-х, от сотрудничества с коммерческими фирмами, наперебой приглашавшими её писать о них. Авторитет Курьеровой был высок и безупречен, я сам наблюдал, как её пытаются «обольстить» подарками и приглашениями, о том же рассказывал и **Сергей Иванович Серов**, пытавшийся занять её в различных проектах. Как и любимые итальянские радикалы, в новой жизни Курьерова поступила круто: лауреат Госпремии России, кандидат искусствоведения работала разносчиком газет бесплатных объявлений с зарплатой 2000 руб., с карьерным ростом до бригадира разносчиков: в этой высокой должности на неё *«хотя бы не спукали собак»*, да и зарплата была на 500 руб. выше. Единственное исключение Галина Григорьевна сделала для «Биоинъектора», увидев в нём подлинный

дизайнерский продукт – «спасение». Так появилась в журнале «Дизайн-ревью» статья с многозначительным названием «Своя игра на своём поле».

Не имеет смысла говорить, когда есть Курьерова, заставляющая размышлять о дизайне вообще и работах «Биоинъектора». Приведём несколько больших фрагментов малодоступной публикации, характеризующей ещё и мышление и стиль самой Г.Г. Курьеровой: «... Я уже призналась, что по наивности и по лености ума считала сейф (про остальные типологии банковского оборудования я просто никогда не слыхала) унылым более или менее облезлым ящичком, не усматривая в этом типе «объекта» ни функционального, ни технологически-конструктивного, ни содержательно-символического («внутренняя форма»), ни пластического («внешняя форма») интереса. И ещё раз повторю – жестоко ошиблась, и глаза мне раскрыл именно дизайн «Биоинъектора».<...>

Когда-то давно Томас Мальдонадо писал, что единственный хороший дизайн, который он знает, это дизайн первых автомобилей Форда, сделанных безвестными техниками и инженерам, всё после того – пустейший стайлинг. В своё время я обиделась за «всё после того». Теперь мне кажется, я хорошо понимаю Мальдонадо. Вещь, которая просто своей «сделанностью на совесть», точностью подгонки всех стыков, притиркой дверцы, умопомрачительной системой запоров, своей бронёй, системой защиты и дополнительными функциональными приспособлениями говорит сама за себя, за немцев, сделавших такие отличные замки, и, конечно, за Игоря Сафронова – главного родовспомогателя и, по сути, автора этого классного инженерного «самодизайна».

Правда, уже здесь помимо самопроизвольной семантической ауры защищённости, машинности и суперважности появляется более глубинный, даже мифологически-глубинный обертон – семантика вещи, вносимый именно покрытием «под гранит». Возникает цепь ассоциаций: камень, в который можно войти – раскрывшаяся гора – тайна – пещера – сокровище. Характерно, что сквозное кодовое название сейфов «Биоинъектора» – «Сфинкс» (опять: камень – молчание – тайна). В двух других моделях – сейфах «Кирпич» и «Чёрный куб» это углубление семантики, т.е. самообнаружение «внутренней формы» вещи ещё интенсивнее. Хотя здесь, наверное, имеет смысл говорить уже не только о самообнаружении, но о сознательном обнаружении. Практически единоличный автор обоих – тот же Игорь Сафронов, поистине большой инженерный дизайнер. «Кирпич»: ниша в стене, тайник, который ищут, простукивая стену – опять «тайна», «сокровенное», «скрытое», «особо ценное», «ночь», «неверное пламя свечи», «рука, внезапно обнаружившая зазор и пустоту» (сходный, но менее напряженно-драматичный ряд ассоциаций у небольшого мебельного сейфа – потайной ящичек).

Курьерова выводит читателей (и дизайнеров, к которым обращён её текст) к пониманию дизайна как метафорического проектирования, сочинение визуальных текстов и смысловых кодов, символов, знаков и значений. Её тексты вскрывают, как живут смыслы в восприятии, тем более, что объект анализа – достойный: «Сейф «Чёрный куб» вообще, на мой взгляд, шедевр дизайна «Биоинъектора». Здесь Савинкин и Кузьмин уже приложили руку – минимально, но крайне существенно: определение пропорций. Этот сейф экспонировался на одной из выставок банковского и офисного оборудования. Там он был «врезан» в колонну: обрезанный ствол толстой и грубой «египетской» колонны служил постаментом, сверху сейф венчал кусок более изящного ствола с дорической капителью. Как объяснили мои хозяева, эта композиция должна демонстрировать, что, фигурально выражаясь, «и крестьянки любить умеют», то есть, что и сейф может быть произведением искусства.

Логика рассуждений рента: «Чёрный куб» – «Чёрный квадрат». Однако для меня существеннее оказался другой семантический обертон. «Чёрный куб» – это своего рода тотем, вещь-божество. В этом «Чёрном кубе», надо сказать, действительно, исключительно удачных пропорций, в его черноте, непостижимости, непроницаемости, замкнутости (будь он матовый – поглощающий свет, или зеркальный – свет

отражающий), всё той же влекущей таинственности – запретности / запертости, в его идеальной почти взнезмой геометричности (метеорит-лунный камень), в этом «хранилище» чего-то «главного» словно сходятся древнейшие эзотерические и хтонические представления о некоем потаённом средоточии всех сокровищ мира и новая, не менее эзотерическая символика «чёрного ящика». «Чёрный куб» – подлинный идол «мамоны», злого духа сребролюбия и стяжательства земных благ (в ущерб благам небесным, которые стяжаются в собственной душе) и подлинный идол ещё не имеющего имени злого духа нечестивого познавательного любопытства и информационного стяжательства человечества, раскрутившего жуткие земные и космические силы, но остановившегося в недоумении перед недоступным ему и для него, непроницаемым тайнохранилищем последних причин, которое он в негодовании бессилия и окрестил «чёрным ящиком».

Все это вряд ли имеет отношение к замыслу дизайнеров, но скорее есть лишь иницированное ими самораскручивание «внутренней формы», которая, конечно, вовсе не исключает и того, о чем твердят они, то есть «искусства». Действительно, «Чёрный куб» – прекрасный пример того, как внутренняя и внешняя формы, едва достигнув слияния, тут же и начинают вновь раслаиваться.

Дальше, о семантике и прагматике дизайна Савинкина и Кузьмина: «...Натуралистически-конкретная, почти литературная экспозиция «Биоинъектора» на выставке «Банк и офис '95»: белый рояль на подиуме с наигрывающим джазовым пианистом и толпящиеся вокруг сейфы, стойки и модули в качестве слушателей. Как я уже сказала, средовой дизайн Савинкина/Кузьмина полон пиришеств формы, «внешней формы», которая, как и всегда у них, сначала исподволь, а затем с ошеломляющей самоочевидностью обнаруживает форму внутреннюю. В офисе это именно коммуникация в наипрямшем и наибоквальнойшем смысле. Блестяще решенный интерьер столовой — оптимистично, чисто и просто, с архитектурной стройностью-строгостью и с чисто дизайнерскими инвентивностью и остроумием, может быть, так удался именно потому, что здесь семантика и прагматика пластического выразительного жеста как бы совпадает: коммуникация-общение, выполняющие коммуникационно-идентифицирующую функцию, функцию «собрания своих», своего племени (или «малого народа»).

Последний фрагмент кажется важным, поскольку в нём Галина Григорьевна даёт редкий пример современно мыслящего предпринимателя, которым предстаёт Игорь Сафронов: «... Игорь Сафронов... был моим четвёртым и едва ли не самым вдохновляющим открытием «Биоинъектора».

Анализируя слагаемые успеха итальянского дизайна, такой фактор, как наличие «гениальных дизайнеров», сами итальянцы обычно помещают на третьем месте, на втором – гибкая и «хитрая» специальная пресса, а на первом возвышается фигура Просвещенного Предпринимателя, который не просто использует дизайнеров для проектирования продукции, но, по сути, делает дизайн как таковой, а заодно и самих дизайнеров.

Вглядываясь в ситуацию взаимоотношений дизайнеров и предпринимателей в Италии, особенно в легендарную эпоху первоначального накопления дизайна, понимаешь, что под просвещённостью здесь разумеется не только и даже не столько осведомленность в вопросах дизайна и широта культурного кругозора, сколько свойства и способности, которые иначе как творческими не назовешь: «звериная интуиция», способность рисковать на грани фола, культуротворческая широта взглядов и поступков.

Фигур такого масштаба, размаха и авантюризма сейчас не осталось, пожалуй, и в самой Италии. Тем более, я была изумлена, обнаружив в лице Игоря Сафронова, этого гиганта с детской улыбкой, легендарный типаж предпринимателя-первопроходца, испытав при этом чувство, которое испытываю, к сожалению, крайне редко, а именно чувство «национальной гордости великороссов». Игорь Сафронов – человек невероятного

творческого потенциала и ураганной творческой энергии. По большому счету он-то и есть главный дизайнер «Биоинъектора». И если Савинкин/Кузьмин – Дизайнеры-Универсалы, то он – Дизайнер Тотальный.

... Игорь Сафронов, как уже было сказано, блестящий инженерный дизайнер, обладающий феноменальной инженерно-конструкторской и технологической инвентивностью наряду с феноменальной же интуицией «внутренней формы» вещи. Именно это сечение, довольно редкое, лежит в основе создания всех «технических шедевров» человечества, этих сгустков культурной и культуротворческой энергии цивилизации. ...Игорь Сафронов – дизайнер культурной стратегии и политики «Биоинъектора», то есть выдающийся культуртрегер в самом буквальном смысле этого слова. Сам он объясняет свой интерес к дизайну (именно арт-дизайну) тем, что в детстве мечтал стать художником, даже учился, но волею судеб стал авиационным инженером. Тем самым как бы подспудно вводится мотив компенсации, с чем лично я никак не могу согласиться. На мой взгляд, арт-дизайн и весь собственно артистический аспект деятельности «Биоинъектора» и, соответственно, «трудов и дней» Игоря Сафронова есть последний штрих, значимый выразительный жест, тогда как функция состоит в обнаружении и выявлении все той же «внутренней формы» дела Сафронова – а ею является тотальное творчество. Внутренняя форма всегда и во всех случаях (уверена) мифологична, она всегда отсылает к самым глубинным, архетипическим, семантическим пластам вещи, явления, личности.

В данном случае мы имеем дело как раз с таким «тотально-творческим» и, в известном смысле, архаически-космогоническим – «личностным мифом», который, замечу, совпадает с родовым мифом дизайна и проектной культуры в целом. Вот почему, я думаю, «заискрило» именно при встрече с учениками Ермолаева. Ведь и до этого в компании работали дизайнеры, которые, я думаю, предлагали вялое формальное «дизайнирование» продукции в духе среднеарифметического советского «фирменного стиля». Контраст дизайна «школы Ермолаева» с такого типа дизайн-оформительством, конечно, был разителен. Произошло короткое замыкание, которое можно было бы назвать «родством души» и совпадением внутренней формы, поскольку родовой миф дизайна, миф жизнестроительства и культуротворчества, пантеистической проектной космогонии работает в школе Ермолаева в осознанном и отрефлексированном режиме проектной идеологии и проектной этики, эстетики, конкретного проектного жеста и повседневной практики жизни. И, может быть, лучшим свидетельством сродства такого «ермолаевского» проектного жеста к Игорю Сафронову и его детищу «Биоинъектору» является то, что с помощью этого жеста чуть ли не в мгновение ока удалось обнаружить и раскрутить «внутреннюю форму» самого имени «Биоинъектор» — «инъекция живой жизни».

По словам Сафронова, Курьерова помогла им понять, что делают. После того, как какой-то сейф был разработан, став реальностью, его показывали Курьеровой, и она проводила семинар, занятие, обсуждение с дизайнерами и руководством фирмы. Курьерова – специфический человек, её статьи трудно читаемы, носят уникальный, своеобразный характер. Она была поэтом и философом, аналитиком, находившим в явлениях и вещах то, что часто скрыто от их создателей, поэтому она формировала тенденции, моделировала теоретический образ продуктов.

Прсле романтико-символических слов Г.Г. Курьеровой ограничимся перечислением и фотографиями разработок, предоставив читателю самостоятельно погрузиться в ассоциативные путешествия.

Сейф «Солнце», один из первых, спроектировали Влад Савинкин, студентка МАРХИ Ольга Петруненко и Игорь Сафронов. Дверь решается как декоративная панель. Некоторая неувязка возникает между тем, как выглядит объём сейфа, нейтральный параллелепипед, и «картина» на фасаде сейфа. Сейф «Солнце» обозначил художественно-

образный взгляд на проект, в противовес чисто технологическим и функциональным подходам. И в мировом дизайне эта проблема – конфликта между утилитарными качествами и культурной начинкой осознавалась, а сегодня выходит на первый план смыслов проектирования. Уже в начале 1990-х гг. возникают суждения о том, что дизайн – это метафорическое высказывание, искусство «читать и писать» мир на языке предметов, на что обратил внимание В.Ф. Сидоренко в статье «Третья культура» [В. Сидоренко. Дизайн как общеобразовательная дисциплина. По следам поисковой программы Королевского колледжа искусств. Дизайн в общеобразовательной системе. – М.: ВНИИТЭ, 1994, с. 9 – 14; то же: Хрестоматия по дизайну, с. 1000 – 1015].

«Биоинъектор» одним из первых берётся за решение дилеммы «функция – культурный смысл» (или как в XIX в. она звучала: «цивилизация против культуры»). Разрабатываются сейфы «Авиатор», их несколько. Они сделаны как механизмы машин, самолётов середины XX в. – серьёзные, с рычагами, механическими узлами-фиксаторами. Ручка решена как машинная, причём в ретро-стилистике, «старая» и «настоящая». Сейфы близки к незадолго до того возникшему хай-теку, каким он виделся открывателям этой стилистики, – а именно как вторая жизнь второй природы, как сочетание ретро-форм и современных. Замечательна разница материалов: окрашенной поверхности, матовой ручки из металлического сплава, полированной поверхности кодового замка, клёпок. Эти продукты меняются в зависимости от света. Опустим точку зрения инженерную и технологическую, доверимся И. Сафронову, авиационному инженеру, что они надёжные и качественные продукты. Каждый имеет свое лицо, что очень важно, причём запоминающееся. Не статус, а демонстрация символических смыслов, кодов-ассоциаций отличает эти разработки, противоположные тиражному функционализму. На смену космополитизму идёт индивидуальное место вещи в культуре и системе вещей.

Сейф «Сыр» – куб с накладкой, прикрывающей фронт сейфа. Смысловые детали, расположенные на фронтальной поверхности, вызывают ассоциации не столько с сыром, сколько с городом, архитектурой и городской инфраструктурой. Это не гастрономия – одновременно неявный и явный намёк на басню И.А. Крылова «Ворона и лисица». И проектная мечта о городе, системном и разнообразном по языку и пластике. Впрочем, сейф, как и любая индустриальный предмет, – объект урбанистический, а не только прикладной. Об этом свидетельствовали многочисленные «маленькие семинары и конкурсы» с участием больших архитекторов, например, проведённый в 1986 г. западногерманской фирмой FSB (дверная и оконная фурнитура) в провинциальном городке Бракель проектный семинар «Дверные ручки. Марио Ботта: *«Я пытался представить себе точку, в которой «пересекаются» механика (дверная ручка) и органика (человеческая рука)»*. А. Исодзаки и Ш. Хайаши исходили из того, что *«в момент соприкосновения с рукой дверная ручка становится как бы частью человеческого тела; кроме того, она является местом первого контакта человека с домом (зданием)»*. П. Айзенманн считал, что *«функция противостоит искусству, но в своей разработке попытался выразить «единство искусства и функции»* [Техническая эстетика. – 1987. – № 10].

Тем не менее, Айзенмановский «кинетический» проект, как и последовавшие на его основе украшения для женщин, текстиль – разработки урбаниста, схожие с районными планировками.



Сейф «КГВ» (КГБ) открывается замком, одновременно снаружи похожим на пятиконечную звёздочку, но то, как он открывается – надо этот звук почувствовать. В российском дизайне мало сенсорики, он долго был механистичен и линеен. Температура поверхности, фактура этой звёздочки, то, как она вращается («как по маслу»!): очевидно, что это тяжелый механизм, но прецизионный. «Тяжело, но легко» дверь выплывает из сейфа. Не выворачивается из сейфа, а плавно выезжает без звуков: скрипов, шуршаний, буханий. И сам сейф производит впечатление совершенно закрытой, глухой, неясной и давящей формы. По фотографии даже не представить, как он может работать – всё чрезвычайно тайно.

Культура механики и культура объекта, тактильные и образные ощущения, сенсорика настолько уникальны, что делают сейфы «Биоинъектора» частью лучших явлений мирового дизайна.



Игорь Николаевич Сафронов возле проекта «нулевого дома» - выпускной работы в RCA, фрагмент проекта

Мы вызреваем в антидизайнерской культуре. Это не упрёк, а констатация. Образование, которое мы получаем – технократическое, основанное на рационализме, рассудке и логике. Оно игнорирует интуицию и иррационализм, художественный импульс, глубинную личную потребность, случайность, воображение и творческую фантазию.

Технократическая культура современного мира, культура потребительская, а не творческая, парализует творческие импульсы, хотя, по мнению мировых бюрократов, сегодня они творят больше всех и имитируют творчество во всём, прежде всего в изобретении новых правил и запретов. Потребление, хотя и является иррациональным замещением житейских проблем, опирается на прочную базу мотивации – какова выгода?

Для художника нет такой проблемы. У художника, дизайнера другое мышление: «Энтузиазм есть принцип искусства и науки» (Фридрих Шлегель). Проектирование инициативно, оно питается потребностями улучшений, эстетизации, совершенствования связано с безотчётной потребностью сделать что-то.

Импульсы и реакции объективно заложены в культурном генотипе: эгоизм и альтруизм, любознательность, лень, потребность в радости, созерцании, наслаждениях и ограничении себя. Все они формировались долгим опытом: малые дети творят и экспериментируют, фантазируют и строят свои домики, но позже становятся приставками к компьютеру, обществу или его институтам. В сегодняшней прагматичной финансовой и монетарной культуре доминируют инженеры, управленцы, экономисты – все те, которые имеют дело с цифирью, с «психозом финансовой эффективности», хотя человечество в своей эволюции не стало беднее предшественников. И этот финансовый или монетарный психоз, «состояние эффективностей» препятствует тому, чтобы у людей открывались шлюзы искусства, дизайна, свободы воображения – это проблемы развитых сообществ, всей цивилизации. Особенность исторического этапа. Игорь Сафронов вновь в России, преподаёт в Институте бизнеса и дизайна, выступает с сентенциями о сути и перспективах дизайна. Он – противник агрессивного консьюмеризма, которым заражено общество; сторонник создания долговечных продуктов, которые будут на пожизненной гарантии и модернизации производителями, отстаивает формирование смыслов цивилизации и культуры [Игорь Сафронов. «Мы должны преодолеть состояние решения проблем. Надо искать смыслы»: Игорь Сафронов о хакатоне в Сколково, важности философии и дизайне в посткапиталистическом мире. URL: http://www.archipeople.ru/index/index_1459.html].

ХАЙ-ТЕК

«Хай-тек. Индустриальный стиль и справочное пособие для дома» или «Путеводитель по индустриальной революции в дизайне» – так называлась книга-каталог, изданная в 1978 г. [High-Tech. The industrial Style and source Book for the Home by Joan Kron and Suzanne Slesin. – L.: Allen Lane Penguin Books, 1978]/

Она стала первой подборкой работ, названных «хай-тек». Слово появилось благодаря этой книге, созданной четырьмя авторами: дизайнером **Уолтером Бернардом** (Walter Bernard, редактор журналов «Time» и «New York»); **Джоан Крон** (Joan Kron, репортёр отдела «Дом» газеты «Нью-Йорк Таймс» и редактор отдела мебели журнала «New York»); Сюзанной Слезин (Suzanne Slesin, редактор журнала «Эсквайр» (Esquire), а также «New York magazine», «Industrial Design», «Abitare», «Domus») и научным сотрудником **Нэнси Клейн** (Nancy Klein). На супере книги размещён фрагмент **Дома в Восточном Хэмптоне** (East Hampton), спроектированного группой «**Bray-Schaible Design**». Суперобложка – один из ключей к пониманию концепции: ярко-синее диэлектрическое покрытие стола – из промышленности; зелёные яблоки на тарелке из пористой керамики и старое плетёное кресло. Заголовок «**HIGH-TECH**» написан трафаретным гротеском, часть подзаголовков – жёлтого цвета, давно приватизированного императорским домом Японии и дизайном. Соединение в суперобложке промышленных форм и ремесла, нового и ретроспекции символизировало новый «индустриальный стиль».

Второй ключ – восьмая страница: в натюрморте сопоставлены белый изысканный цветок (калл) в склянке из-под щелочи и рядом остов настольной лампы, вернее, её остов с сияющей лампочкой, круглое зеркало в тонкой оправе, а в нём отражение цветка. Рядом – лабораторная посуда и медицинский табурет из нержавеющей стали. Композиция изысканна и органична, технические формы и цветок образуют созвучие, единство. И супер, и форзац являются визуальными метафорами. Хай-тек, по мысли авторов, – вторая жизнь второй природы в единстве с природой первой, точнее – синтез первой и второй, так как вторая

природа – продукты промышленности – это тоже природа, только созданная человеком, как гнездо птицы или муравейник.



Начинается книга с «Муниципального банка в Буэнос-Айресе»: сочетание стекла и стеклопрофилита, металлических конструкций и инженерных коммуникаций зелёного, жёлтого и пурпурного цветов – весёленькое зрелище. Одним из прототипов нового стиля представлена **Эйфелева башня**, вызвавшая в 1889 г. жёсткую полемику о красоте и безобразии. На страницах книги аскетичный, с цветными открытыми конструкциями «**Центр гигиены труда**» в Коламбусе (Occupational Health Center), «**Стекланный дом**» (Maison de Verre) **Пьера Шаро** – жёстко-техництская постройка, благодаря книге введённая в реестр классики; парижский Бобур – «фабрика искусств» и, наконец, ещё одна ставшая знаменитой вещь – «**Опытный дом**» американских мебельных дизайнеров **Чарльза и Рей Имс**, собранный в 1949 г. тремя рабочими из стандартных магазинных деталей и напоминающий объёмную картину Пита Мондриана или Геррита Ритвелда.

Авторы книги и термина «хай-тек» – Джоан Кроун, Сьюзан Слезин, «коллега-учёный» Нэнси Кляйн и дизайнер книги Уолтер Бернارد создали феномен, которого ждали и к которому двигались архитекторы и дизайнеры, как выяснилось, едва ли не с XIX в.

Когда сегодня под хай-теком подразумевают что-то безликое из металла и стекла, границы хай-тека сужаются и культурный смысл явления выхолащивается. Версия направления, инициированная книгой «Хай-тек», шире, значительней, интересней хотя бы потому, что подразумевает воображение и фантазию людей, находящих применение отработавшим предметам, и потому, что соединяет прошлое и настоящее, расширяя границы функционализма, внутри которого возникла. «Вторая природа» от высокотехнологичной башни Эйфеля до Бобура, от пожарных вёдер, ставших ведёрками для льда и шампанского до автопокрышек, прератившихся в диваны молодёжного клуба, собранные вместе и аранжированные фантазией проектировщиков, приобретают новое звучание и смысл.

Одна из наиболее часто цитированных работ из книги – «**High & Mighty**» группы «**Morsa**», созданная из строительных лесов. Четыре сегмента в двух уровнях – это четыре условных комнаты: прихожая и гардероб, гостиная, спальня, кабинет. Для счастья есть телевизор, газетная корзинка, рабочий стол и пишущая машинка (конечно же, «Валентино»), телефон, горшки с цветами... Рубашки владельцев и постельное бельё – конечно же, жёлтого цвета, цвета дизайна («солнце светит всем»).

Промышленные диэлектрические коврики, ковролин в «прихожей», складские стеллажи на колёсах – модули для семейного счастья, которые может передвигаться по квартире и устанавливаться почти в любом месте – немного нужно человеку для счастья и

жизни, декларируют фотографии, становящиеся очередными манифестами. В подоплёке вещных инсталляций – коммерция, это ведь каталог, и всё наличное в нём можно заказать.

Красота растений и цветов (в книге их много), геометрия искусственных форм, колористика поверхностей и подсветки; промышленные материалы и конструкции, привнесённые в жилые интерьеры; остроумное применение прекрасной лабораторной посуды, богатство промышленных ритмов, форм, материалов идеально переместилось в интерьеры. Картонные упаковки из-под яиц на потолке, пенопласт с вырезанными ячейками для утвари – стеллаж для кухонной посуды («вещь, знай своё место!»); сияющие голубым светом переходы из стеклокирпича; неоновая графика дома, промышленные светильники а'ля Петер Беренс создают новую реальность, в которой, вопреки техницизму, светится живая фантазия.

Основные акценты – на природных формах, на гуманизации технических форм, их переиначивании. Предметы, предназначенные к утилизации, хай-тек реставрирует, реинсталирует, переиначивает. Дух собранных в книге интерьеров – аскетизм, порой бедность. Предпочтение авторы отдают промышленным изделиям: магазинным холодильникам-витринам со стеклянными дверцами и вращающимися прилавками, мощным кухонным плитам, электрокровати **Джея Спектра** или, напротив, предметам из очевидного «вчера». Хай-тек живёт в интерьерах творческой публики: музыкантов, дизайнеров, архитекторов, людей не бедных, имеющих свои представления о хорошем и плохом – авторы учли, что владельцы относятся к «группе влияния», на которую ориентируются обыватели. «Творцы» равнодушны к тому, как их интерьеры будут восприниматься другими, к общим правилам и стереотипам, мнениям «всех». В отличие от российской элиты, слабой до антиквариата и старины, евроамериканской, быт которой показывают авторы, присущ эстетический минимализм, декларативный демократизм, а то и подлинный. «Бедный дизайн» в её глазах – вызов обществу потребления, значит – хорош. Эти люди формируют вкусы общества. Не дивно ли, что многие в мире поют хвалу эпловскому дизайну избыточно дорогих игрушек, вообще-то стиливо «бедному», отпочковавшемуся от скромного массового дизайна фирмы «Браун».

Дух начала промышленной эры соединяется в «новом стиле» с проектным остроумием, вернее, с адаптацией предметов разных времён и статусов друг с другом: добавьте к рабочим «козлам» клеёные деревянные щиты – готов рабочий стол. Поддоны из-под кирпича используются как низкий журнальный столик. Автомобильные покрышки в тканевых чехлах становятся диванами и лежаками в молодежном клубе.

«Идея – шах истине», сказал как-то Х. Ортега-и-Гассет. Последующее влияние хай-тека на мировую культуру определялось тем, что книга хорошо и самобытно сделана, хорошо структурирована. Иллюстративный ряд подготовлен профессиональными фотографами, а над формированием явления «хай-тек» поработали высокопрофессиональные мозги – и не только авторов книги, но и архитекторов **Пола Рудолфа**, **Ээро Сааринена**, **Пьера Шаро**, дизайнеров **Акиле Кастильоне** и **Джо Коломбо**, других ярких известных и малоизвестных мастеров.

Один из методов хай-тека – разбирать предметы, убирать лишнее, оголять структуру, конструкцию, функцию. Мы живем в чрезмерно логичном обществе, где многим враждебна бутафория. Их интересует сущность вещей и процессов, а познавательная потребность заложена в человеческой природе. Многое, что кажется странным непосвященным людям, человеку, углубленному в предмет, представляется естественным и нормальным, например, отжившие своё промышленные формы или «нелицевые» и «нестатусные» материалы. Профилированный металл – профнастил начал использоваться архитекторами-бруталистами, как и неоштукатуренный бетон. **Фрэнк Герри** в собственном доме использовал профнастил, считающийся у нас материалом «для курятников» и заборов, как мне заявил один хозяйственник. Сегодня профнастил – лицевой материал архитектуры (известный пример – Тотан Кузембаев, собственный дом).

Открытость вообще стала трендом хай-тека и в целом современного функционализма, а заложено зерно прозрачности в 1919 г. Мисом ван дер Роэ и русским конструктивизмом. Нас подавляют закрытые пространства и глухие объёмы, а открытые, сложные и естественные добавляют ощущения лёгкости и свободы.

В 1980-е гг. дизайн умствует. Он дружелюбно и сложно строит отношения с человеком, природой, в том числе со «второй природой», осознанно и свободно, творчески, художественно. Дизайнеры исходят не из одних лишь утилитарных соображений, но из соображений визуальных, духовных и душевных. Сегодняшний массовый хай-тек – обескровленное дитя оригинала, сведённое к игре бездушных ритмов и бесчеловечных форм.

ФИНСКИЙ ДИЗАЙН

Финский дизайн – явление мирового значения небольшой страны, население которой меньше числа жителей, например, Петербурга. Финны, бывшие частью аскетичной европейской протестантской, а в последние 300 лет и русской культуры, раньше других пришли к проектной цивилизации. Возможно, причина проста – ограниченные природные ресурсы. Суровая жизнь финнов подталкивала к совместному преодолению проблем, например, созданию зерновых банков и вообще к коллективным действиям, вопреки индивидуализму. Применительно к Финляндии многое можно определить как «первый» и все «первенства», если вдуматься, взаимосвязаны: первое в мире общенародное государство, первая в мире страна всеобщей грамотности, первая в мире страна тотального дизайна, первая в мире страна бесплатного всеобщего образования (среднего, частично высшего). Первая по отсутствию коррупции, первая по минимальному разрыву между богатыми и бедными, первая по уровню и качеству организации бизнеса и т.д. К сожалению, и по ювенальному позору.

Возможно, важную роль сыграла протестантская этика («Бог в душе, а не в институтах», «счастье – чувство выполненного долга», «все люди равны, и ты не лучше других»). Проектные примеры из мировых культур (немецкой) были просеяны через собственную культуру, этику, цели, ландшафт и традиции. Финнам важно было развитие страны в рамках европейского опыта и контексте собственной идентичности. Для них не теряли актуальности (в отличие от России) собственная природа, музыка, искусство, культурные и бытовые привычки. Они накапливали и кристаллизовали опыт пошагово, постепенно тиражируя его в масштабах страны, одновременно показывая наработки миру – на выставках, конкурсах, в международных акциях, учитывая мировую реакцию и используя её как аргумент во внутренней полемике (Т. Сарпанева: *«Финны странный народ, чтобы получить признание дома, им необходимо получить его за границей»*).

Финские архитекторы и дизайнеры формировали модель архитектуры и дизайна с 1930-х гг. С 1950-х гг., в условиях рациональных отношениях с соседями и особой ресурсной близостью с СССР, развитие шло быстрее. Сегодня дизайн, шире – проектная культура пронизывает многие сферы жизни. В финской версии дизайн является не просто проектированием красивых вещей, но способом мышления. Разговор о среде жизни, об организации бизнеса, общества, инновациях и другом долгий...

Финляндии повезло в том, что у истоков проектной культуры оказался **Алвар Аалто** (Hugo Alvar Henrik Aalto, 1898 – 1976), создавший «саморазвивающуюся» версию архитектуры и дизайна – вечный двигатель. **Эва Майя Вильо** подытожила заслуги Аалто: *«Он предложил альтернативу безличной техничности международного стиля, повторяемости простой структуры и монотонности»*. И нашел эту альтернативу в финской природе, музыке и архитектурном романтизме начала века.

Архитектура Аалто выводилась не только из моды мировой архитектуры, но из природы (внешней – Финляндии и внутренней – самого Аалто), из особенностей ландшафта и менталитета финнов. Мастер преодолел искушение ар-деко (в Ювяскюле есть

ранняя постройка, т.н. «Аалто-зал» – с элементами вялой то ли неоклассики, то ли ар-деко). Его архитектура интегрирована в ландшафт и с ним взаимодействует, она проста и полна визуальных превращений, использует местные материалы и сценарии жизни, потому и стала фундаментом развития. Примеры – хотя бы «**Экспериментальный дом**» в **Муурами** или **Общественный центр в Сиянютсалу**.

Холостяцкая квартира Аалто и его первого помощника и сотрудника **Теуво Такала** в Ювяскюле громко называлась «**Бюро архитектуры и монументального искусства Алвара Аалто**». Здесь проходила адаптация Аалто к жизни, появились первые заказы и практика. Сам он так комментировал философию творчества: *«Я не создаю подчёркнуто финскую архитектуру и вообще не вижу принципиальной разницы между финским и интернациональным. Думаю, что у меня нет связей с фольклором. Моя страна находится в Европе. Традиции, объединяющие всех нас, в большей мере связаны с климатическими условиями, обстоятельствами нашей практики, с характером тех трагедий и комедий, в которых нам доводится участвовать.*

Когда речь заходит об искусстве, говорить об этих простейших вещах даже неуместно. Эрехтейон, очевидно, первоначально служил только одной нации, но затем превратился в явление интернациональное. И так дело обстоит во всех искусствах: сфера законченного произведения значительно шире, чем сфера его истоков, и её не ограничивает тот факт, что окончательный результат близок к своим истокам и связан с ними самым тесным образом.

Разумеется, архитектура неразрывно связана с землёй, на которой она возникает и всегда носит в известной мере локальный характер. Но при этом её формы не только отмечены национальными или местными чертами, но и обусловлены интернациональным воздействием тех процессов, которые происходят во всём мире. В итоге, какими бы ни были исходный момент и конечная цель, именно благодаря их совокупности достигается результат, органично сочетающий в себе национальное и интернациональное, а значит, отвечающий требованиям современного мира, в котором эти понятия едва ли отделимы одно от другого.

Из наших архитекторов старшего поколения я, по-видимому, более всего обязан Сигурду Фростерусу и Густаву Стренгелю. Они не «открыли» меня – я это сделал сам, но они были первыми, кто понял меня и поддержал. Что касается Сааринена, то мы как-то взаимно не проявляли интереса друг к другу. Высоко ценю также Гуннара Асплунда. Я познакомился с ним во время своей первой поездки в Швецию в 1921 году; тогда же мы стали друзьями, тогда же я увидел его кинотеатр «Скандия». С Райтом у меня было так: я о нём ничего не знал вплоть до 1939 года, когда совершил поездку в Соединенные Штаты и впервые увидел его постройки. Ле Корбюзье я воспринимал как-то смутно, как некое общее понятие, характерное для атмосферы тех лет. Ведь он стал известен прежде всего благодаря книгам, а о своём отношении к книгам я однажды высказался в беседе с одним генералом: тот сказал, что предпочитает книгам о войне книги об искусстве и архитектуре, я же признался, что с большим интересом читаю о войне, но никогда об архитектуре.

Баухауз никогда меня особенно не интересовал, скорее, привлекал меня «югендстиль» в своем первозданном европейском виде – Анри Ван де Вельде. Творчество Ван де Вельде – великого родоначальника движения во имя нового возрождения искусств на европейском континенте – явилось одной первых стадий того развития, которое привело архитектуру к созданию форм, созвучных нашей эпохе.

Значение эпохи Ван де Вельде неизмеримо. Возможно, что архитектура в целом носила бы сейчас гораздо более упрощенный характер, если бы Ван де Вельде и его эпоха, получив отклик во всей Европе, не направили бы архитектуру по более содержательному пути» [А. Гозак, Л. Смирнов собрали разрозненные высказывания А. Аалто и опубликовали под названием «Что бы ответил нам Аалто?». Подробнее: Хрестоматия по дизайну, с. 764 – 773].

В 1939 г. Аалто в США возводил **Финский павильон для Международной выставки в Нью-Йорке**. Тогда он познакомился с мировыми мастерами и потенциальными заказчиками, вошёл в мировую архитектурно-дизайнерское сообщество. Павильон был замечен (как ещё ранее павильон 1937 г. в Париже), за Аалто закрепилась репутация яркого и самобытного мастера. Волнообразные стены и потолок, обшитые деревянными рейками, стали приметами аалтовского стиля. Они так впечатлили архитекторов и дизайнеров, что распространились повсеместно, в том числе в послевоенных советских клубах, школах, на предприятиях. Но дело не только в фамилии Аалто (волна), приём обосновывается пластикой берегов озёр (называют метафору – в Финляндии их 100 тысяч), извилистыми линиями ущелий, скал, тающего льда. В этом созвучии Аалто увидел специфику регионального формообразования. Финский дизайн воспринял её как основную: природную и бионическую.

В США супруги Алвар и **Айно Аалто** пережили испытания мировой войны (сам Алвар хлебнул этого добра в роли солдата во время гражданской войны в Финляндии в 1918 – 1920 гг.). В США он читал лекции, с 1946 г. работал над зданиями Массачусетского технологического института (MIT). Но основные идеи реализованы в Финляндии.

Проектируя **Дом крестьян Юго-Западной Финляндии** (1928), мастер познакомился с **Отто Корхоненом**, техническим директором фабрики мебели в Турку. Тот был специалистом в технологии фанеры и гнутого дерева. Корхонен вместе с Аалто разработал модели стульев для промышленного производства, это были первые продукты финского дизайна. Сегодня процессы производства мебели высоко технологизированы, что даёт безупречное качество. Первая мебель рубежа 1920-х – 1930-х гг. сделана менее качественно: с меньшей чистотой шлифовки поверхности, как бы с налётом ручной работы, хотя и профессиональной.

Далее, по инициативе и при участии архитектора **Нильса Густава Халя**, супруги Аалто создают в 1935 г. производственную фирму «**Артек**» (Artek) по производству мебели и аксессуаров для продажи в Финляндии и на экспорт. Соучредителями «Артека» стали жена Айно Аалто, художница Майре Гулликсен и Нильс Густав Халь [<https://www.artek.fi/en/>].

Бизнес-концепция Аалто и его коллег гласила: *«Продавать мебель и продвигать современную культуру жилого пространства с помощью выставок и других образовательных инструментов»*. Основу производства составили табуреты и кресла из гнутого дерева, в том числе классический **«Табурет 60»**, ставший символом Финляндии, а также его модификации, кроме того, кресла, мягкие и жёсткие, сервировочные столики и другое. Вся продукция выпускалась на «рукопашном» оборудовании, его можно посмотреть в Музее Аалто в Ювяскюле (сегодня это частный музей). Построенный он самими Аалто; ежегодно его посещают 1000 человек, крупнейшие проектировщики мира.

Аалто в продолжение идей Михаэля Тонета создал новую линейку продуктов, модульную, состоящую из подменных сборных элементов, чрезвычайно разнообразную. Очевидно участие и его жены, но разделить меру ответственности и соучастия трудно.

Дадим ещё раз слово Аалто: *«Человеческая жизнь – сплетение трагедий и комедий. Окружающие нас формы образуют их музыкальное сопровождение. Мебель, предметы, цветовое решение и композицию можно выполнить таким образом, чтобы они не контрастировали с трагедиями и комедиями человеческой жизни. Это примерно то же, что простая одежда и скромный образ жизни»*.

Производство не может диктовать всё и вся, нельзя забывать о самом человеке, и это должно быть принято во внимание в любом проекте. Подлинные критерии жизни кроются не в предметах, а в отношении к ним человека».

Все утрированные формы превращают нас в посмешище. Мне кажется, что при большем учете этических аспектов промышленная продукция при всём своем богатейшем многообразии сможет избежать комических преувеличений и поможет человеку жить более гармонично. Если на этом пути городская планировка, дом, квартира и их

внутреннее устройство смогут быть улучшены, мы почувствуем удовлетворение от сознания того, что внесли немного солнца в душу озабоченного человека» [Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 764 – 773].

С той же философией создавалась «линейка» стекла, в том числе классические вазы «Савой» (1936). Они превратились в ещё один узнаваемый символ Финляндии. Серия включает большое число размеров, форм, видов стекла, чему способствует гибкая бизнес-концепция ассортимента и цен, проводимая фабрикой «Ииттала» (Iittala). Есть вазы разных габаритов. Маленькие вазы-подсвечники стоят «оптимально» – €55, более крупные немного дороже. Понятно, что в качестве сувениров туристы предпочитают покупать больше мелких, умеренно дорогих, но удобных в транспортировке, в жёсткой подарочной упаковке. Ассортимент ваз велик – прозрачное стекло разных оттенков, высоты, они могут составляться как матрёшки, образуя красивые объекты, функциональные и для любования...

В какой-то момент между Аалто и Халем, первым исполнительным директором фирмы, возникли разногласия. Халь стремился разработать для населения разумные и недорогие предметы. Фирма производила скорее эксклюзивные предметы ручной работы, авторами которых были супруги Аалто. Развязка была невесёлой: идеалист Халь ушёл на войну санитаром-добровольцем, погиб на фронте.

«Артек» расширял ассортимент предметов, в магазине появился текстиль **Кирси Илвессало**, стекло Айно Аалто (1936, золотая медаль Миланской триеннале за стаканы для Iittala, но они менее интересны, чем работы Алвара). Постепенно появились разработки **Илмари Тапиовары**, **Ээро Аарнио**, **Юрьо Куккапуро**, более молодых дизайнеров – **Харри Коскинена**, **Юхи Лейвиске**; в последние годы добавились работы японцев **Шигеру Бана**, **Наото Фукасава**, итальянца **Энцо Мари**, **Тобиаса Ребергера**, голландца **Пита Хайна Эка** (Piet Hein Eek), работы молодёжи из Artek Studio.



Голландский дизайнер **Хелла Йонгерюс** (Hella Jongerius) репроектировала многие модели мебели, вводя в обиход цвет, цветной текстиль (модели **400**, **401**, **Stool 60**). Среди авторов «Артека» – голландский «экстремал» Пит Хайн Эек, делающий чрезвычайно дорогую мебель как бы из древесного вторсырья – старых заборов, дверей и т.п., но парадоксально-красиво. С фирмой работает немецкий художник Тобиас Ребергер, делающий яркие цветные интерьеры, или классик итальянского дизайна, чрезвычайно ответственный стилист Энцо Мари; японский создатель картонной архитектуры Шигеру Бан. «Артек» не стоит на месте, всё меняется, сохраняя узнаваемость, даже если в числе авторов появляются те, кто имеет другую «группу крови».

[Юрьо ИлмариТапиоваара, 1914-1999. Окончил факультет промышленности и дизайна интерьера Университета Аалто (сегодняшнее название). Работал с А. Аалто в лондонском офисе «Артек» (1935), с Ле Корбюзье (Париж, 1937) и Мисом ван дер Роэ (Чикаго, 1953). Был художественным директором Asko Oy, крупнейшим производителем мебели. В 1952-53 гг. – профессор в школе дизайна Иллинойского технологического института в Чикаго. Стулья, разработанные Илмари Тапиоваара, награждались Миланской триеннале (1951, 1954, 1957, 1960) и стали прототипами современных массовых стульев]

Высказывания Аалто по проблемам искусства, архитектуры и дизайна чрезвычайно ёмки и актуальны: *«Вы можете и должны воспарять, но при этом всё-таки хотя бы одной ногой или большим её пальцем стоять на земле»*. Аалто был жизнелюбом. Но в профессиональных вопросах он больше человека-жизнелюба, хотя и подпитывается им. О монументальном искусстве: *«Стремление заполнять пустоты картинками – это неправильно, это говорит о том, что сама форма не состоялась»*. Он призывал бунтующую молодёжь: *«протестовать нужно работами, пустые сотрясения воздуха бесполезны»*. А свои работы оценивал так: *«Мои работы – не образцы для подражания, это отдельные решения, которые могут служить лишь примерами метода. Мне кажется противоестественным давать советы: что следует делать, а чего нет, что предпочтительнее, а чего стоит избегать. Я верю, что гармоничная жизнь – единственный критерий, которым мы должны руководствоваться. Это, конечно, скорее вопрос морали, чем формы. Формы могут быть разнообразными, но нельзя забывать о том, что верно выбранные формы вовсе не обязательно должны отвечать классическим нормам. Поменьше кокетничанья формами, естественность и жизненность – вот главное»* [Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005, с. 764 – 773].

Тапио Вирккала (1915, Гангут, Россия – 1985, Хельсинки) – ещё один из плеяды чрезвычайно продуктивных и успешных дизайнеров, обеспечивших финскому дизайну мировой статус. Диапазон его работ огромен: от стекла для столовых, которое можно мыть в машинах и от финского ножа и инструментов до авторских скульптурных объектов; от повседневного дизайна – до элитарных штучек. Среди проектов материалов – дерево, металл, пластик, стекло [Сайт фонда Вирккалы и его жены керамистки Рут Брюк: http://www.wirkkala.fi/e_wirkkala/tw_2.html].

Вещи Вирккалы чрезвычайно продуманы формально: *«Дизайнер должен иметь глаза на кончиках пальцев»*, – говорил он, и уверял, что ему приходится на стадии проработки делать «до сотни» моделей изделий, прежде чем передать их в производство. Финский дизайн использовал присущее ремесленникам чувство материала. «Прилипая» душой и телом к материалу, ремесленники грешат утратой чувства стиля, формы и легко попадают в ересь традиционализма – хорошего ли плохого, как поведётся. Вирккала интересовался традициями и ремеслами разных народов, но был человеком новой формации – дизайнером.



Вазы «Лисички» Т. Вирккалы в магазине «Иитталы» на Северной эспланаде в Хельсинки
Северная эспланада – дизайнерский район в центре города

Финляндия страна аскетична: суровая природа, из ресурсов – луга, вода, лес, камни. Финская протестантская этика предполагает личную ответственность за дело, развитое чувство долга: *«счастье – чувство выполненного долга»*, гласит один из постулатов. Формирование проектной культуры началось в 1930-е гг., но в национальном масштабе победило к 2000-м гг. На рубеже XX – XXI вв. сформировался «проектный» характер страны. Финляндия не только создала изощренную социальную систему, лучшую в мире организацию предпринимательства, бесплатное образование, относимое к передовым – это всё следствия общественного запроса на дизайн. Финляндия стала первым в мире **общенародным государством**, и основой тотальных премен явился Дизайн: сквозной проектный подход. Кстати, мастерская Вирккалы расположена в одном из новых бизнес-инкубаторов столицы, недалеко от университета Аалто.

Собственный **дом Вирккалы в Лапландии** – традиционный деревянный дом. В проекте он – из кругляка, но оказалось, что в Финляндии эта технология утеряна и лишь в последние годы возрождена. Поэтому дом брусковый (значит, недостаточно тёплый), на небольшом традиционном подклете. Внутри простой интерьер с керосиновой лампой над столом, серийной вирккаловской посудой, разработанной им для ресторана – бокалы со съёмной пластиковой ножкой для того, чтобы отделив, отправить в посудомоечную машину. В тёмном, неподсвеченном интерьере доминантой является пейзаж за окном.

Тапио Вирккала в 1950-е гг. выставлялся на триеннале в Милане, получал там высокие награды. Работал и жил в разных странах, например, в Италии. Но в доме дизайнера – ни в наружном облике, ни внутри нет следов «глянца», скорее это дом ленивого финского крестьянина, переживающего трудности. Современным дизайнерам, привыкшим к холостому металло-стеклянному хай-теку, начинает не доставать руин, пустырей, неказистых окраин, в лабиринте которых сгущается время.



Тапио Вирккала, 1967. Рельеф «Край света» (Ultima Thule) в музее «Эмма» (Emma) близ Хельсинки

Рядом с декларативной простотой и неказистостью личного мира Вирккала создаёт изощрённые **рельефы из дерева**, в которых завихрения объёмов и линий совпадают и конфликтуют с текстурой. Огромный рельеф-скульптура для «Экспо-67» в Монреале получил имя **«Ultima Thule»** (1967, Ультима Туле, или Фуле в англо-саксонской традиции, музей Эмма в Эспоо. Размеры 4 x 9 метров) [Ультима Туле – имя мифической страны на севере Европы, край света. Так же называлось и стекло дизайнера, изготовлявшееся заливанием расплавленной массы в деревянные модели.]

Все классические «законы» хорошей формы органичны в вирккаловском дереве: сочетания крупных энергичных масс и тонких нюансов, движений бурных и плавных; центричность и асимметрия, композиционные доминанты, ясный строй. Великолепны его пространственные абстрактные **ширмы-перегородки** из берёзового шпона, движения створок которых, накладываясь друг на друга, подвижно меняют ритмику.

Вирккалой разработано много **предметов для быта** – пластиковые вёдра, ковши, шлемы; топоры, ножи; стулья, ножницы и многое другое. Их объединяет одно: они скульптурны, эргономичны, естественны, как природа, и являются предметами для любования, не говоря о том, что Вирккала сообщает с помощью предметов нежное, доброе, заинтересованное отношение к их пользователям.

Бутылы для самогона, масла и т.п. выпускаются итальянской «**Venini**». Дизайнер использует 2-3 цвета стекла, тщательно прорабатывает абрис горловины и сечения днищ. Выставленные во многих музеях мира, они являются идеальными объектами для любования: прочувствования объемов и линий, самобытной красоты колористики, хотя «декора» и «декоративизма» в них нет.



Вирккала сценирует, как будет работать вещь. В публикациях о нём можно найти рентгенограммы, показывающие, как предметы взаимодействуют с костями и мягкими тканями человека. Когда он создаёт коллекции фарфора, то обращается к природным откровениям: фактурам и переплетениям поверхностей. Как здесь не вспомнить суждения, что художник подобен ребёнку: он пристально вглядывается в детали, формы и движения окружающего мира. Подглазурная текстура фарфора заимствуется у декоративных тыкв. Вирккала склонен к плавным цельным линиям, атектоничности. Он продолжает «натурализм» финского дизайна, достигая в этом мощи «детского» воображения.

Много времени дизайнер проводил на стекольной фабрике. Такие шедевры, как **Вазы «Лисички»** (1946), выпускаются до сих пор фабрикой Iittala, продаются во многих странах. Восхищаясь специфическим характером грибов-лисичек, художник создаёт эскизы грибообразных ваз, край которых заворачивается, как и шляпки грибов. Снаружи появляется линейная огранка, отчасти напоминающая пластинки грибов. Каждая из ваз имеет свою конфигурацию, свой рисунок. Линейная огранка подчеркивает материал, форму стекла, да ещё привносит в форму эффект матовости.

Совершенно немислимы небольшие вазы для цветов с сетью мелких пузырьков в массе стекла – приём редкий, невероятный, но магический.

Мастера сделали финское стекло одним из ярчайших, причём, не используя декоративных элементов, работая только с формой, объёмом. Одним из блестящих авторов был **Кай Франк** (1911 – 1989, Kaj Franck), которому мы обязаны множеству тиражных вещей, скопированных или перефразированных заводами всех стран.

[Кай Франк (Kaj Franck, 1911 – 1989), выдающийся мастер финского и мирового стекольного дизайна. Получил образование проектировщика мебели, но первое время занимался текстилем. Впоследствии был

главным дизайнером керамической фабрики «Arabia», художественным руководителем и преподавателем Колледжа прикладного искусства в Хельсинки (сегодня – Университет Аалто). Сотрудничал с «Iittala». Разработал множества образцов демократичной посуды из стекла, используя различные приёмы работы со стеклянной массой, формами, цветом. Занимался также типографикой, текстилем, эксподизайном]

Он разработал большое число тиражных простых форм посуды, широко используемой дома, в самолётах, путешествиях и в общественном питании. Эти формы из пластмассы, стекла были технологичны, их можно было компактно складывать. Отсюда – повсеместная популярность франковских прототипов. Франк был и мастером изысков, форм, не предназначенных для широкого производства, – эксклюзивных, предполагающих импровизацию и авторскую поэтику. В этих работах, стилистически располагающихся в диапазоне от изысканного функционализма до декоративного стекла, Кай Франк показал бесконечные возможности стекла.

Широкую известность получила деятельность ещё одного мировой славы мастера – **Тимо Сарпаневы** (1926 – 2006, Timo Sarpaneva), работы которого торгуются на Сотбис и, как говорят, сегодня бесконечно подделываются [Воспоминания и размышления Тимо Сарпаневы: Хрестоматия по дизайну, с. 991 – 999].

Как и Вирккала, Сарпанева был одновременно близок к художественному ремеслу и к искусству. Он вспоминал жизнь деда-кузнеца – Аапели Худжанена и считал, что его влияние на собственную судьбу было определяющим. Как и Вирккала, в 1950-е гг. Сарпанева был многократно увенчан наградами Миланской триеннале (похоже, их раздавали всем участникам), почётными титулами и наградами разных стран. Не случайно как-то бросил фразу, повторимся: *«Финны – странный народ. Для того, чтобы стать признанными дома, они должны вначале получить признание за границей».*

Число великолепных, не утративших актуальности работ Сарпаневы так же велико, как и у Вирккалы, они – рефлексии по финской природе, быту, народным мифам. Есть чистые, стерильные по отточенности форм работы вроде **«Кайяк»** (Kajakki, 1953). Есть прикладные, созданные с утилитарными целями разработки вроде подсвечников **«Фестиво»** (Festivo, 1966), выпускаемые до сих пор «Иитталой» и продающиеся по всей Финляндии. Эти подсвечники формируются заливаемым в деревянные болванки стеклом при температуре 500°, при этом дерево обугливается, а стекло приобретает его форму. Технология, которой пользовался и Вирккала. Но применительно к подсвечникам приём оказался более точен, так как огонь свечи мерцает в неровном стекле.



Сервиз «Суоми» и вазы «Марсель»

Между двумя полюсами – утилитарным и абстрактно-эстетским – множество образцов разного рода. Это комплекты стеклянных ваз, вазочек для цветов и подсвечников **«Марсель»** (1990), с их элегантными матовыми «воротниками», окружающими цветы; бесконечно тиражируемые нецкой фирмой **«Розенталь»** комплекты фарфоровой столовой посуды **«Суоми»** (1974), в которых Сарпанева соединил куб со сферой, создав

напряженную и мягкую форму предметов: супницы, тарелок, чайных и кофейных чашек и блюдец, чайников и кофейников, пепельниц, подсвечников и т.д. В качестве ручек для чайников используются тонкие пластины из полированного металла или деревянного шпона, крепящихся скрытно, чисто – без показа конструктива. Формы этого «главного финского сервиза» многократно тиражируются различными фабриками и стали в 2000-е гг. одними из наиболее популярных.

Серия **металлической посуды** (1970) также изысканна по формам: плоские круглые диски тарелок, кастрюли, термосы – сферичны, но как бы приплюснуты давлением воздуха, оплощенные – тонко проработанные стыки, едва заметные переходы от элемента к элементу, целостные. Продумана и функция: соподчиненные посудины складываются, занимают мало места, что актуально для больших финских семей-родов, хранящих для исторических встреч большое количество посуды.



Дивно, что у человека, впечатления которого сформировались в деревне (хотя и жителя Хельсинки), в проектах обнаруживается тонкое чувство форм. Мы привыкли, что мастера элегантности – итальянцы или французы, горожане. «Чистота» форм финского дизайна достигнута не сразу. Разглядывая аалтовские работы, видишь, что их идеальная обработка, совершенство форм достигнуты «Иитталой» в последние десятилетия. Важнее образное начало, заложенное в стекле, фарфоре, дереве К. Франка, Т. Сарпаневы, Т. Вирккалы неисчерпаемым источником форм, их эволюции в работах десятков финских дизайнеров – последователей больших мастеров и совсем молодых. Рисунки Т. Сарпаневы, в которых беснуются тролли, простирают крыла хищные птицы, рисунки Т. Вирккалы выдают в них Художников, вглядывающихся в мир реальный и мифологический, наполненный фантазией и чувством природы. Потому и в предметах проявляется «женская» природная мягкость, детализация, чистота форм, так же как и природная жёсткость, «мужественность».

Среди большого числа «идеальных» и «нетленных» работ Сарпаневы одна встречается наиболее часто: знак фабрики «Ииттала» – красный диск в букве «i». Разработанный в 1956 г. для коллекции «i-линия» (получившей вторую Гран-при Миланской триеннале 1957 г.), знак Сарпаневы стал нетленным знаком «Иитталы».

Маленькая Финляндия богата большими мастерами дизайна, повлиявшими на типологию мирового дизайна, давшими прототипы массовых изделий, такими, как широко известный своими работами классик **Эро Аарнио** (Eero Aarnio, 21.07.1932, Хельсинки, <https://eeroaarnio.com>), «отец стекла» **Кай Франк** (Kaj Gabriel Franck; 9.11.1911, Выборг – 26.09.1989, Санторини, Греция) и другие; молодёжи, уже ставшей частью мирового дизайнерского олимпа, вроде широко известного **Харри Коскинена** (1970,

www.harrikoskinen.com), изобретателя «графического бетона» **Самули Нааманки** (1969, Samuli Naamanka, www.samulinaamanka.com) и др.

Особая тема – финское дизайнерское образование, представленное двумя высшими школами: школой в Лаhti – **Lahti University of Applied Sciences** (по-фински – Lahden ammattikorkeakoulu, LAMK), это в 100 км от на юг от Хельсинки. Бывший политехнический институт Лаhti приобрёл статус **университета прикладных наук**. Это городской университет, через который прошли многие финские дизайнеры, например, Нааманка. Среди 5300 студентов есть дизайнеры (направления «дизайн» и «визуальные коммуникации») и художники.

Долгий путь прошёл **Университет Аалто**, трансформировавшийся в течение XX в. из художественно-ремесленной школы в высшую школу архитектуры, дизайна, искусств. Некоторое время назад она соединилась с политехническим университетом и получила общее имя Университета Аалто. Финское государство не играет с недвижимостью – она даётся в аренду. В этом случае государство реконструировало здание некой страховой компании, оборудовало их и передало университету в безвозмездное пользование: университет Аалто и его школа дизайна – драйверы финской культуры, дизайна, инженерии. Школа государственная, образование бесплатное, в том числе для особо талантливых иностранцев.



Слева – один из съёмочных павильонов медицентра университета, справа – в библиотеке.

Остроумно организован учебный процесс: библиотека, в которой есть различные виды информационных источников, компьютеры, ещё и индивидуальные кабинеты для студентов. На восьми этажах есть большие и малые лекционные аудитории с видео и слайдпроекторами, плоттерами и принтерами, 3D принтеры, компьютерные классы и мастерские. Мастерские, оборудованные традиционным и цифровым оорудованием, позволяют на практике опробовать все сферы проектирования – от работы с камнем, стеклом, металлом до медиасферы. Отдельная тема – питание, которое в государственном образовании всех уровней бесплатное. Правда, студенты платят символические 2 евро, идущие в бюджет студсоветов.

На начальном этапе бакалары получают рабочие профессии: если не сложится творческая судьба, профессия «для жизни» и допуски есть. Не говоря о том, что дизайну учатся не за компьютером, а в производственных мастерских. Выставочные залы, рекреации для «попить чай-кофе» и многое другое вызывают зависть пониманием процессов образования и обучения и их продуманностью.



Слева – проектная студия «Эйзенштейн», справа – мастерская варки стекла



Слева – мастерская деревообработки, справа – сварочный цех

В отличие от бакалаврских, магистерские программы больше связаны со стратегическим планированием. Магистры могут претендовать на работу в качестве заместителей генеральных директоров предприятий по стратегическому развитию.

Финляндия, вкладывающая в образование столько же, сколько огромная Россия, последовательно эволюционировала в направлении тотальной проектной культуры, создала замечательный массовый дизайн, охватывающий большинство сфер жизни; выстроила инфраструктуру инноваций, в которой бизнес, лучше всего организованный, чем где-либо в мире, опирается на Дизайн и внятную стратегию «общенародного государства».

НОВЫЙ НЕМЕЦКИЙ ДИЗАЙН. МАКС БИЛЛ. УЛЬМ

В Германии идеи социалистического Баухауза были жёстко отвергнуты национал-социалистским нацистским режимом в 1933 г. Не обществом, а именно режимом, экспансивно заразившим и общество. Идеи и принципы функционального дизайна явились органическим производным социалистических (социальных) тенденций, совпадали с потребностями развития общества, потребностями проектного развития. Понятно, что отложенные, но не отброшенные напрочь, идеи «функционального проектирования», «тотальной архитектуры», «всеобщего блага», социально-экономических реформ, создания «экономики и хозяйства для всех» реанимировались сразу по окончании Второй мировой войны. «Отец» немецкой послевоенной экономики **Людвиг Эрхард** был убеждён, что «экономика, которая не работает на всё общество, аморальна и не имеет права на существование». Германия строила себя, опираясь на идеи «социального рыночного хозяйства», позволявшей гражданам реализовать себя в свободной форме при контроле государства над социально-экономическими процессами. В термине «социальное рыночное хозяйство» зашифрованы элементы рынка (капитализма) и при этом социальная политика.

Приведём выдержки из речи Л. Эрхарда, произнесённой на форуме ХДС в августе 1948 г. Этот текст прямо не относится к дизайну отдельных предметов, он интересен нелинейной постановкой социально-экономических проблем, и только нелинейный, то есть проектный подход, позволил Л. Эрхарду сломать стереотипы и радикально изменить ситуацию [Мы ещё только подходим к пониманию дизайна как всеобщей проектной культуры, но это единственная дорога в будущее: Сергей Чернышев. Учиться проектному делу настоящим образом // Эксперт. – 2015 - № 15. URL: <http://expert.ru/expert/2015/15/uchitsya-proektnomu-delu-nastoyaschim-obrazom/>].

Эрхард, из книги «Благосостояние для всех»: *«Политико-экономический поворот от централизованно управляемой экономики к рыночной означал для нас больше, чем просто углубление экономических связей. Этим мы создали предпосылки, чтобы строить наши экономические и социальные отношения на новой основе. Нам пришлось отказаться от нетерпимости, которая чревата духовным закабалением людей и ведёт к тирании и тоталитаризму. Мы обратили свои взоры к порядку, который, открывая простор добровольному переустройству и опираясь на чувство ответственности, позволяет рациональным образом продвигаться к некоей целостности. Отвергнув бездушный коллективизм, обрушивший на наш народ бедствия и нищету стадности, мы стали пробивать путь к органичному государственному мышлению в духе ответственности.*

Эта свобода не пиратство и не безответственность, она выражает и отражает извечную тягу к завершённости и полноте. Не бессмысленное и бездушное государство муравьёв с его обезличиванием человека, а органичное государство, основанное на свободе индивидуума, устремление к более совершенному целому, – такова духовная база, на которой мы намерены строить новую экономику и новый общественный строй.

Плановая экономика неизбежно приводит к тому, что отдельно взятого индивидуума как производителя и как потребителя поработает государство, а в ещё большей степени – бездушная бюрократия. Отдельно взятый гражданин подвергается унижению и оскорблению. Он, словно лошадь, ощущает во рту лишь мундштук, от которого можно избавиться только с помощью рыночной экономики, не имеющей ничего общего с пропахшими нафталином лозунгами либерализма. Социально ориентированная рыночная экономика, которая возрождает значимость отдельно взятого индивидуума и превыше всего ставит ценность личности, венчая прибылью выполненный ею труд, – такова суть рыночной экономики современного образца. <...>

Валютно-политический хаос и расцветивший в этих условиях высокомерный бюрократизм, свойственный централизованно управляемой экономике, способствовали откату усложнённой рыночной экономики к методам примитивного менового хозяйства.

<...> Нести ответственность за экономическую политику – значит быть ответственным перед всем народом. Я глубоко убежден в том, что стоящие перед нами сложные проблемы могут быть решены только в том случае, если с помощью рыночной экономики нам удастся стимулировать не отдельные слои, а путём наивысшего напряжения и все возрастающей производительности помочь всему нашему народу поднять и улучшить жизненный уровень».

Выбран декларативный фрагмент выступления Л. Эрхарда. Декларации – политика, разговорный жанр. Но экономика ФРГ заработала, превратившись со временем в эффективную социальную экономику Европы. В словах министра просматриваются принципы, сходные с генеральной линией дизайна: социальная ответственность за результаты проекта. Интересно, что Л. Эрхард задавался вопросом *«правильно ли и полезно ли всё ещё производить всё больше благ, всё упорнее добиваться материального благополучия, и не было ли бы более разумным отказаться от всего этого «прогресса» и больше времени посвятить осознанию себя, досугу и отдыху»* [Эрхард Л. Благосостояние для всех: Пер. с нем. Глава 10. «Ведёт ли благосостояние к материализму?» – М.: Дело, 2001, с. 220]. Проблема актуальна для дизайна, решающего потребительские задачи на перекрестках дилемм: *«быть или казаться», «реализоваться или потреблять», «много или мало», «какова*

норма?», «потребление и ресурсы природы», «душа, дух или материя», «подлинные потребности человека» и т.п.

В немецком дизайне можно встретить чисто методологический дизайнерский девиз: «думай глобально, действуй локально». Любое действие имеет последствия, даже если они и не замышлялись. Создание «Веркбунда» или «Баухауза» и подобных организаций (советов по дизайну, профессиональных школ, проведение больших мировых акций вроде **Рэд Дот Дизайн / Red Dot Design**, то же – **Red Dot Design Award**) важно для профессии, для общества. В 1953 г. произошло второе явление «Баухауза» в формате **Высшей школы формообразования в Ульме** (Die Hochschule für Gestaltung Ulm, сокр. –HfG Ulm). Это был клон, продолживший оригинал с той фазы, на которой был остановлен: с директорства Ханнеса Майера, вызвавшего агрессивное неприятие диктатуры, когда Мис ван дер Роэ лишь немного отсрочил финал.

Творцами Ульмской школы стали швейцарец **Макс Билл** (1908, Винтертур – 1994, Берлин), учившийся в 1927 – 1929 г. в Баухаузе; **Инге Айхер Шоль** (Inge Aicher Scholl, 1917, Ингерсхайм-Алтенмюнстер – 1998, Лейткирх им Альгау) и **Отл Айхер** (Otl-Otto Aicher, 1922, Ульм – 1991, Гюнцбург). В комплексе зданий, построенном специально для школы по проекту Макса Билла (1955) разместились отделения строительства и архитектуры, промышленного формообразования, визуальных коммуникаций, а также необходимые и привычные библиотека, мастерские, фотостудия, типография, актовый зал и административные помещения, спортивный центр и студенческие общежития, жилой корпус для преподавателей.



Макс Билл, 1955. Здание Высшей школы формообразования (дизайна). Фото Ханса Конрада

Школа торжественно открылась 2 октября 1955 г. в присутствии Анри Ван де Вельде, Вальтера Гропиуса, а также 500 приглашённых, в числе которых были и выпускники-баухаузовцы. Речь Вальтера Гропиуса была программной, как всегда не содержала общих мест, её полезно прочесть как ещё один «священный скрижаль»: *«Почти тридцать лет тому назад, в 1926 году, я был в таком же положении, в каком сегодня находится профессор Макс Билл. Мы открывали тогда специально выстроенное здание «Баухауза» в Дессау. Но для меня лично присутствие на сегодняшнем празднике означает нечто большее, поскольку работа, начатая нами когда-то в «Баухаузе», наши основные идеи снова возвращаются на немецкую почву и обретают органическое продолжение в Ульме.*

Если этот институт не изменит своим целям, а политическая обстановка окажется более стабильной, чем в лучшие времена Баухауза, художественное влияние Высшей школы формообразования выйдет далеко за пределы Ульма и Германии и убедит

мир в необходимости и значимости художественного человека для блага подлинной, прогрессивной демократии. Именно в этом я вижу его главную воспитательную цель.

В наш век науки про **художника** часто забывают, даже высмеивают, принижая его истинную роль: он выглядит каким-то ненужным членом общества, которого терпят лишь из роскоши. Какая из современных цивилизованных наций может выдвинуть подлинно творческое искусство в качестве субстанционального элемента народной жизни? Германия имеет великий культурный шанс – в возврате к своей собственной традиции – снова подчеркнуть значение магического в противовес голому логицизму нашей эпохи, то есть признать художника и отвести ему подобающую роль в современном производственном процессе.

Гипертрофия научности постоянно выталкивает из жизни это магическое, и поэт и пророк оказываются пасынками среди сверхпрактических деловых людей, захваченных победным шествием логического знания. О таком одностороннем прогрессе метко сказал Эйнштейн: «Наш век – это век совершенства средств и полного смятения целей»... Подлинные традиции – это результат непрерывного развития, они должны быть динамичными, а не статичными, иначе не станут творческим стимулом. В искусстве не должно быть ничего окончательного, в нём есть только перемены, чутко отзывающиеся на социальные и технические изменения»

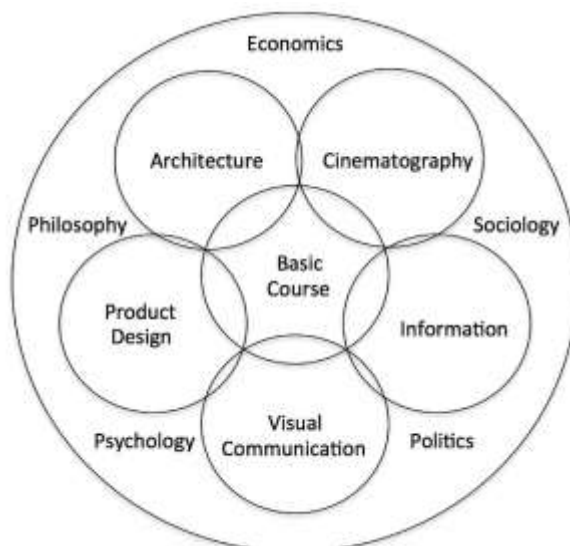
Ему вторил ректор Макс Билл: «Мы рассматриваем искусство как высшую ступень проявления жизни и стремимся, чтобы жизнь сама была выстроена как произведение искусства. Подобно тому, как утверждал в свое время Анри ван де Вельде, мы хотим выступить против засилья уродливого, утверждая красоту, доброту и практичность. Создавая «Баухауз» как продолжение Веймарской художественной школы, ван де Вельде преследовал ту же цель. Мы открываем теперь в Ульме институт, где наряду с проектированием вещей займёмся проблемами градостроительства и планирования окружающей среды, в нём также будет отделение визуального формообразования, отвечающее нынешним потребностям, и отделение информации, где будут учить рассказывать о проектных задачах сегодняшнего дня [цит по: Дружкова Н. И. Высшая школа формообразования в Ульме (1953–1968). http://www.art-education.ru/AE-magazine/archive/nomer-2-2012/drugkova_12_june.pdf].

Отметим, что романтика и утопизм всегда сопровождают большие и яркие проекты. А «Ульм» оставил огромный след в дизайне, к чему мы ещё вернёмся. Вероятно, стоит согласиться, что всё современное образование основано на его модели. М. Билл так определял видение дизайна (1952): «**Это единство профессиональных устремлений, культурного становления и политической ответственности**».

Профессиональные устремления – категория более широкая, чем «социальное проектирование», «красота», «творческие амбиции» и т.д. Вне культурного становления дизайнера, его развития дизайн малозначителен. Пример лучших мастеров показывает, что каждый проект связан с погружением в культурный материал. Что касается политической ответственности, может быть, слово «политическая» режет слух для молодых, головы которых просверлены «потреблением», но мир оказался в политическом радикализме и конфронтации. На нас обрушивается агрессивный консьюмеризм. Левые радикалы предают соблазнам мира социальные и экономические перемены.

Со временем в Ульме стало 5 факультетов: факультет художественного конструирования, факультет строительства, факультет визуальных коммуникаций, факультет информации, факультет кино. Издавался на трёх языках журнал «Ульм».

Программа в основном соответствовала баухаузовской, часть преподавателей пришла оттуда же: Йоханнес Иттен и Йозеф Альберс. Обучение также начиналось с Основного курса, правда, более широкого и нацеленного на общекультурное и художественное образование дизайнеров. Так выглядела образовательная модель школы, выражающая её идеологию:



Пять направлений образования группировались вокруг основного курса в контекстах экономики, философии, психологии и социологии. Школа всё же отличалась от «Баухауза», что выяснилось к 1957 г. «Баухауз» не отрицал владения технологиями, и относительно шуточной дилеммы Анатоля Франса *«миру угрожают два монстра – художник, не являющийся ремесленником, и ремесленник, не являющийся художником»*, пытался найти компромисс. Гармония «ремесленник-художник» нарушилась при Ганнесе Майере, который ввёл третью категорию – «социально-политический деятель». С этой позиции Ульм и продолжил своё яркое и противоречивое развитие.

Среди дисциплин подготовки были: 1) введение в основы визуального восприятия: восприятие формы, цвета, композиции, пространства и т. д.; 2) изобразительные средства: рисунок, чертеж, шрифт, фотография и т. д.; 3) производственная практика: ремесленные навыки в работе с металлом, гипсом, камнем, пластмассой и т. д.; 4) культурная интеграция: лекции и семинары по искусству, философии, современной истории, антропологии, психологии, социологии, экономике. Всё обучение длилось четыре года. Из 640 человек дипломные работы защитили 236 [подробнее: Аронов В.Р. Высшая школа формообразования в Ульме // Дизайнерское образование. История. Теория. Практика / под общей ред. В.Р. Аронова, В.Ф. Сидоренко. – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2007, с. 119 – 156].

Билл одним из первых пригласил в Ульм **Ганса Гугелота** (Hans Gugelot, 1920, Массакар – 1965, Ульм), мебельного дизайнера, интеллектуала и систематизатора. С 1954 г. Гугелот преподаёт в Ульме, руководит факультетом художественного конструирования до 1965 г. Благодаря ему педагогический процесс в Ульме был нацелен на создание **систем** продукции: прежде всего приборов и технических инструментов. Он предложил методику проектирования, считающуюся сегодня общезначимой: на начальной стадии проектирования собирается информация, осуществляется предпроектный анализ проблем и задач, в первую очередь – функциональной и эргономической проблематики, социальных аспектов проектируемых объектов. Дальше – эскизирование и моделирование, анализ результата, в том числе «полевое» апробирование разработки.

Гугелот стремился к модульности, системности, эти принципы укоренились в немецком дизайне прежде, чем появились в других школах. Он был сторонником комплексных разработок, в которых элементы соединялись по стилевой общности. В этом Гугелот был близок Биллу. Их установки разделялись многими преподавателями Ульма, в котором постепенно всё больше будет значить научно-технологическая компонента, математические методы проектирования. Их сторонником был итало-аргентинский архитектор и теоретик **Томас Мальдонадо** (Tomas Maldonado, 25.04.1922, Буэнос-Айрес), стремившийся направить образование к критике капитализма, социальной ответственности дизайнеров и к системным (или механистическим?) методам проектирования.

Т. Мальдонадо многократно просвещал наших деятелей дизайна. В частности, в понимании разницы между «проектированием» и «оформлением»: *«Дизайн, – утверждал Мальдонадо, – это деятельность, главная цель которой – выявление качества промышленно выпускаемых изделий с точки зрения их формообразования. Это не внешние признаки, а главным образом конструктивные и функциональные связи, которые делают их логически оправданными как для изготовителей, так и для потребителей.»*

Если оформление изделий зачастую является результатом стремления сделать их более привлекательными или скрыть их внутренние недостатки, то их формообразование – результат учёта и согласования всех факторов, участвовавших в процессе их создания (функциональных, культурных, технологических и экономических). Другими словами, оформление имеет характер случайности, а формообразование составляет нечто реальное, соответствующее внутренней организации изделия, одновременно с ним возникающее и развивающееся» [Томас Мальдонадо, выступление на конгрессе ИКСИД: <https://ru.wikipedia.org/>].

Т. Мальдонадо принадлежит принятое ICSID определение: *«Промышленный дизайн – творческая деятельность, целью которой является выработка формальных качеств промышленных изделий. Эти формальные качества включают не только внешние черты изделия, но главным образом структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое с точки зрения как потребителя, так и изготовителя. Промышленный дизайн стремится охватить все аспекты окружающей среды, которые обусловлены промышленным производством.»*

Для Мальдонадо примером был «Баухауз» времён Ханнеса Майера. Он настаивал, что следует двигаться в направлении *«социального функционализма»* в противовес *«формальному функционализму «Баухауза»*, в направлении математического моделирования и разработки научно обоснованных проектных методов. Между М. Билом и Т. Мальдонадо развился конфликт, но он всего лишь выявил раскол в школе. Среди преподавателей многие были сторонниками науки, исследований и активной социологизации дизайна. Искусство, интуиция воспринимались как спекулятивные категории, по крайней мере, не имеющие к дизайну отношения.

Макс Билл продекларировал в программе Ульмской школы: *«Высшая школа формообразования готовит специалистов для решения двух кардинальных задач технической цивилизации: проектирования промышленных изделий и объектов (факультеты промышленного дизайна и строительства) и проектирования визуальных и вербальных сообщений (факультеты визуальных коммуникаций и средств массовой информации). Такие специалисты должны обладать технологическими и научными знаниями, необходимыми для сотрудничества с современной промышленностью. Вместе с тем они должны определять и учитывать в своей деятельности её социальные и культурные последствия»*. Естественна его ориентация на *«формальный функционализм»* по терминологии «двух Баухаузов».

Иной идеологии придерживался Мальдонадо и его сторонники: *«Хотим мы того или нет, но во времена специализации альбертианская идея об «универсальном человеке» утратила силу»*. Вряд ли можно примерить идею *«искусства как высшей степени выражения жизни и стремления организовать жизнь как произведение искусства»* и рационализации проектирования, когда дизайн рассматривается как *«главным образом конструктивные и функциональные связи, которые делают их логически оправданными как для изготовителей, так и для потребителей.»*

Не видя серьёзной поддержки, Билл сначала покинул школу (1956), а затем и вышел из состава учредителей (1957). После ухода Билла (напомним, ульмская школа была частным заведением) ректором становится Т. Мальдонадо, а председателем ректорского совета – Отл Айхер, разделявший взгляды Мальдонадо. Время менялось, менялись и педагоги. Обстоятельства заставляли искать такую модель образования, которая была бы

интерактивна с жизнью, экономикой, промышленностью. Монолитного единства в поисках методик, творческих и образовательных принципов школы, финансируемой из частного фонда, трудно достигнуть. «Золотой циркуль» 1962 г. – главная итальянская премия в промышленном дизайне, гран-при Миланской триеннале 1964 г. (была еще и премия 1954 г.) и другие награды показали, что дизайнерская среда высоко оценивает ульмскую школу, становившуюся частью европейского пейзажа, признаваемую и узнаваемую в своей среде.



Электричка для Гамбурга по ульмскому проекту

Школа едва успевала выполнять прикладные заказы, шедшие от промышленности и бизнеса: до конца 1963 г. состоялось более чем **200 работ** для **140 заказчиков**, в том числе санитарное и медицинское оборудование, электроизмерительные приборы, бытовая техника, например, швейные машинки, кинокамеры, телевизоры, магнитофоны, приборные доски автомобиля, кузов автомобиля среднего класса, а ещё бензозаправочные станции и другое. При школе появились **Институт художественного конструирования** и **Институт индустриальных методов строительства**, что говорит о чрезвычайно серьёзном подходе к проектированию. «Ульм» исходил из того, что работа дизайнера должна основываться на фундаменте науки, ещё на стадии обучения школе полезно интегрироваться в жизнь, работать над реальными жизненными нуждами. Более того, курсовое проектирование стало доминирующим, перевесив в три-четыре раза все остальные блоки учебных дисциплин.

Как происходило проектирование промышленных изделий? Например, в мастерской появлялся серийно выпускаемый предмет. Студенты вместе с преподавателем разбирали его на части, анализируя функцию, эргономику, конструкцию, технологии и материалы, социальные аспекты. После анализа нужно было его перепроектировать.

Руководство школы считало, что *«новая профессия дизайнера будет эффективной только тогда, когда последний перестанет быть просто художником, чуждым промышленности по духу и методам своей работы»*. Так утверждал Томас Мальдонадо и настаивал, что проектировщику необходимо *«перестать создавать формы, подсказанные только здравым смыслом, талантом или воображением»*. Он должен *«участвовать в процессе промышленного производства, основываясь при этом на широких научных знаниях»*. Мальдонадо шутил: *«людям недостаточно, что произведения искусства стали товаром, они хотят, чтобы товары были произведениями искусства»*. Тем не менее, искусство уходило на последний план.

Как ни странно, в этом процессе возник конфликт именно с промышленностью и «жизнью», а не с искусством: *«Нужно иметь мужество, чтобы заявить во всеуслышание то, о чём до сих пор говорилось в тесном кругу: то, что хорошо для бизнеса, не всегда*

хорошо для общества, и то, что хорошо для общества, не всегда хорошо для бизнеса». Школа вступила на путь конфликтов, поставив на первый план интересы общества, какими они виделись с точки зрения методов профессии. В какой-то мере повторилось то, что случилось с «Баухаузом» времен конфликта с нацистами, только дело было в открытой критике капитализма. Дизайн «научно» выходил на перестройку всей жизни, включая организацию экономики, общества, производства, традиций и привычек.

Ги Бонсип (один из лидеров школы) отмечал: «*Ульмская школа придает большее значение отношению дизайна к науке, чем дизайна к искусству*». Эта установка критиковалась в профессиональной среде. С другой стороны для власти недопустимой была политизация: критика капитализма или внятная позиция против варварской войны американцев во Вьетнаме с применением напалма и отравляющего «оранжевого газа» – диоксида. Против войны выступала основная часть населения Европы, что заставило США в итоге убраться из Вьетнама. Не будем забывать, что Западная Германия – оккупированная страна. Ещё в начале 1950-х гг., когда Макс Билл строил здание школы, возникло отчуждение с американской администрацией оккупационной зоны Западной Германии. Та вначале подключилась к финансированию, но быстро одумалась, обнаружив в идеях Билла и соорганизаторов привкус «коммунизма».

В 1962 г. ректором стал **Отл Айхер**, совладелец школы и уроженец Ульма (можно встретить необоснованные суждения, что он представитель «швейцарской типографики»). Позже Айхер станет классиком немецкого дизайна, разработает навигацию Мюнхенской **Олимпиады-72**; графику национальной авиакомпании «**Люфтганза**» (Lufthansa, 1959), стиль фабрики «**Эрко**» (Ergo, свет), одного из ведущих производителей дизайнерских кухонь «**Бултхауп**» (Vulthaupt), шрифта «**Ротис**» (Rotis, 1988), напишет и издаст пятнадцать книг о проектировании, не считая макетирования книг других авторов.



Школа была обречена: её раздирали противоположные установки, давила экономика. Максимализм, жесткий и аскетичный функционализм уже не вызывал оаций – культура изменилась, а «красота» не встречала понимания людей с калькуляторами взамен мозга. В 1963 г. правительство земли Баден-Вюртемберг выдвинуло ультиматум, в котором высказало претензии к школе. Разногласия были и стилистические, и политико-идеологические. Критика капитализма у европейской интеллигенции становилась маркером «свои». Социология выводила школу на социально-политическое перепроектирование. Школа настаивала на своих идеях, преподаватели читали лекции в художественных вузах мира. Неподконтрольный авторитет учебного заведения становился негативным фактором.

Несмотря на успешную деятельность, в 1968 г. школа всё же была закрыта, чему способствовало намерение перевести «Ульм» на муниципально-государственное финансирование. На дворе стоял 1968 г. – год революций во Франции, Италии, Мексике, Чехословакии, волнений в Польше. Закрытие школы произошло вопреки недовольству общественности и демонстрациям её сторонников. Остатки перекочевали в Ульмский и Штутгартский университеты (в Штутгарте возник «Институт планирования окружающей среды Ульма», переименованный в 1973 г. в «Институт основ планирования»). Здания были переданы медицинскому университету, здесь размещается неврологическая клиника.

Но ульмская школа дизайна осталась в «организме» дизайна особым учебным заведением, выведенным волей естественных процессов в самобытное учебное заведение. Оно сопротивлялось «рынку», признавала лишь научные установки профессии, понятия в широком контексте общественных проблем. Наконец, она наработала системные методики предпроектного анализа и проектного поиска, использующиеся во всём мире.

Томас Мальдонадо по окончании своей деятельности в «Ульме» сказал следующее: *«Это были великолепные, блестящие идеи, но совершенно непригодные для нашей действительности»*. Сам он продолжил деятельность в Италии, стал редактором радикального журнала **«Казабелла»** (Casabella), преподавал, проектировал.

Ульмская школа создала прототипы изделий, распространившиеся в современной жизни. Мы до сих пор пользуемся ими, хотя ветер цивилизации с высокой скоростью и напряжением дует в сторону бессмысленного потребления. Не будем спешить – закон маятника действует. Прототипами «Ульма» воспользовалась фирма «Браун», тесно связанная через педагогов. «Ульм» – экспериментальный полигон, «Браун» покажет красоту технических форм.

Актуальны ли социальные идеи? Они стали золотым ключиком нового дизайна. Один из конгрессов ИКСИДа объявил, что главной задачей дизайна является ответственность дизайнера за результаты своих разработок, их влияние на человека и общество, на природу и экологию, на личное развитие человека и социальную жизнь.

Ульмская школа в конце 1960-х гг. определила для себя несколько направлений деятельности: масштаб города; масштаб зданий и мира построек; масштаб предметов (предметный масштаб увлекал меньше всего). Но принципиальной инновацией стали попытки поведенческой переделки мира. Это серьёзная установка на перспективу.

«БРАУН» И БРАУНСТИЛЬ

Немецкий дизайн – это всеобъемлющая практика и теория, определяющая мировой дизайн. Фирма **«Браун»** материализовала идеи Ульмской школы и опередила на несколько десятилетий вид и устройство предметов, которыми мы пользуемся. «Браун» продолжил через голову поколений развивать главную идею «Баухауза»: **«развешивания вещей»**.

Опыт «Браун» произвёл ошеломляющее впечатление на потребителей и дизайнеров. Один из лидеров сегодняшнего дизайна – коммерчески успешный дизайн «Эппл» – не что иное, как брауновский дизайн, а тот, в свою очередь – ульмская эмманация «Баухауза». Дизайн «Брауна» или как иногда говорят «браунстиль», распространился наподобие вируса, повторен, процитирован. В результате эпидемии в 1980 – 1990-е гг. уже не играл такой роли, как в 1960-е – 1970-е гг., когда определял весь индустриальный дизайн мира.

История «Браун» во многом повторяет историю «Оливетти». **Макс Браун** основал фирму в 1921 г. в Кронберге (фактически во Франкфурте-на-Майне, с которым связан городской электричкой линии S4, будучи подчинён административному округу Дармштадт). При М. Брауне сформировалась качественная инженерия, типология продукции, появился известный знак с поднятой в середине буквой «А» (1935).

В 1951 г. фирма переходит к сыновьям **Артуру** (30 лет, экономисту) и **Эрвину** (26 лет, инженеру, увлекавшемуся радиотехникой). До 1962 г. название оставалось «Макс

Браун». Братья и прежде участвовали в делах предприятия, но приступив к руководству, во многом повторили социальные и культурные идеи «Оливетти», нагрузив себя социальными обязательствами по отношению к работникам. Братья Брауны выстроили программы: питания (появился, в частности, вегетарианский кафетерий), медицины – создали центр здоровья с полным спектром медицинских услуг, физиотерапевтами. «Социальное» лицо предприятий в Германии сегодня не редкость, это слово «социальный» записано и в конституции страны. Просто в частной практике «Брауна» социальные программы появились двадцатью годами раньше, чем стали нормой во всей стране.

Брауны и в дизайнерской политике напоминали «Оливетти». Младший брат Эрвин услышал лекцию **Вильгельма Вагенфельда**, и она произвела на него «роковое» впечатление. В результате Вагенфельд стал первым большим дизайнером, получившим заказ от «Браун» на проектирование переносного проигрывателя-чемоданчика, названного «**Комби**». Среди дизайнеров и консультантов, собравшихся в компании, довольно быстро появились яркие личности-лидеры: помимо В. Вагенфельда – Отл Айхер и Ганс Гугелот – преподаватели Ульма, ставшие дизайнерами-консультантами.

Около 1953 г. Эрвин приглашает на работу **Фрица Эйхлера** (вариант Айхлер, Fritz Eichler, 1911, Дифферданж, Люксембург – 1991, Кёнигстен), своего знакомого ещё по военным временам. Приглашение было довольно странным, и в этом проявилось сходство с «Оливетти»: Эйхлер не был дизайнером или архитектором, он занимался театральной и кинокритикой, сценографией, продюсированием кино и даже в качестве сценариста сделал фильм «**Солнцем наполни сердце**» (1953, *Hab Sonne im Herzen*). Типичный творческий человек с неопределённым родом занятий. Он обладал, по мнению Эрвина, безошибочным чувством стиля, поэтому должен был заняться созданием отдела дизайнера, стилем продукции, её продвижением.

На первых порах важная проектная роль принадлежала Гансу Гугелоту, оставшемуся в Ульме, но работавшему для «Браун». Спроектированные им радиоприёмники выставлены в 1955 г. на радиотехнической выставке в Дюссельдорфе и в эксподизайне Отла Айхера произвели большое впечатление. Успех был закреплен показом разработок в Милане, на триеннале 1957 г., где продукция «Браун» отмечена наградой и одновременно начинавшейся премией «Золотой циркуль» за лучшие дизайнерские разработки [вкладка «Компасо д'Оро» на сайте ADI – Ассоциации промышленных дизайнеров (Associazione per il Disegno Industriale): <http://www.adi-design.org/compasso-d-oro.html>].



Слева - Ганс Гугелот, 1957. Радиокomплекс РК-G5c. Справа – Гугелот и команда, 1957-1959, Система F11 (F12). Примеры «мебельного» и «приборного» стилей «Браун»

Уже первые продукты 1950-х гг., разработанные ульмцами, отличались аскетизмом и честным выявлением их инженерной природы. Позже Фриц Эйхлер говорил, что *мы выпускали технические приборы для домашнего быта и досуга, приборы, функция которых в первую очередь – служить человеку и существование которых оправдано лишь в том случае, если они непосредственно связаны с человеком и окружающей его средой.*

Дизайн Гугелота производил футуристичное впечатление: при простоте и геометричности форм вместо дерева и ткани привычных разработок здесь появились светлые пластики: светло-серые, белые и более того – прозрачные акрилаты. Гугелот понял и реализовал потребность в современных материалах и техногенных формах: на дворе была эпоха НТР – научно-технической революции, как тогда её у нас именовали. Всё большее число людей примыкали к популярным инженерным и техническим профессиям. «Приборности» предстояло стать знаком современности. В бытовых аппаратах появлялись разнообразные регулировки, расширявшие возможности управления звуком, тембром, скоростью и т.д. Все эти новые опции создавали у потребителей чувство прикосновения к будущему, высокой инженерии, научным технологиям. Вещи становились отчасти интерактивными за счет появления не всегда эффективных настроек, датчиков и индикаторов, а люди – командирами своих домашних «космических аппаратов».

Дерево не сразу ушло из корпусов приборов. В работах **Герберта Хирхе** (1910, Гёрлиц – 2002, Гейдельберг), ещё одного мастера, определившего практичное лицо дизайна, дерево использовалось широко, и не только оно само, но и в сочетании с цветными и нейтральными пластиками, металлом. Хирхе работал не только на «Брауне», но и делал, например, плетёную мебель. Брауновские приборы Хирхе создавались как «линейки» продукции и системные объекты, умевшие (если говорить о мебели) видоизменяться и перенастраиваться, расширять функции при замкнутом внешнем виде. Телевизор имеет множество регулировок, и проблема в том, какие из них выносить на панели управления, а какие скрыть внутри, чтобы доступ к ним имел только специалист. Но и такие простые продукты, как столы, насыщались функциональными деталями: лотками, внутренними ящиками, выдвигаемыми пластинами, создававшими удобства и возможности пользователю. Кроме того, в мебель пришла сборность для облегчения транспортировки и удешевления.

«Мебельный стиль» Хирхе соответствовал минималистскому интерьеру. О декоруме не могло быть и речи. Хирхе был ниточкой, связавшей Браун с Баухаузом, в последнем он учился с 1930 по 1933 г., позже был сотрудником Миса ван дер Роэ и архитекторов **Эгона Эйермана** и **Ганса Шаруна**. Он оставался, вероятно, больше архитектором, чем чистым дизайнером. Кроме того, он – член Веркбунда, в 1960 – 1970 гг. возглавлял **Объединение немецких промышленных дизайнеров** и т.д. Более брауновских известны его интерьерные разработки, сделанные для мебельной фабрики «**Хольцэпфель**» (Holzaepfel). Герберт Хирхе реализовался меньше всего в «Брауне», больше был организатором и общественным деятелем: преподавал и ректорствовал, руководил дизайнерским сообществом и т.д. Он помог заложить принципы послевоенного дизайна, совпадая с Брауном в принципиальных подходах, среди которых развешивание вещи, функциональность, минимализм форм и цвета. Одна из выставок Хирхе называлась «**Strahlend grau**», что можно перевести как «Сияющий серый». Немецкая почта в 1999 г. для серии марок «Дизайн Германии» из работ Хирхе отобрала телевизор 1958 г. «**Браун Хай-Фай-1**» (Braun HF-1) – самую простую разработку на металлической раме в пластиковом корпусе с серой скульптурной лицевой панелью.

Хирхе, как и Айхер, Гугелот, Вагенфельд – поколение авторитетных проектировщиков, «осенивших» своим участием «эксперимент «Браун». Они возбуждали к нему интерес профессионалов, потребителей, торговли по принципу «если они работают на «Браун», значит, в этом что-то есть». Герберт Хирхе спроектировал для фирмы несколько известных вещей, показанных на триеннале в Милане и в Брюсселе во время Всемирной выставки 1958 г. Речь идёт о линейке телевизоров нового стиля, начатого «Braun HF-1» и продолженного его модификациями, а также об элегантном музыкальном центре «**Браун ХайЭм-6**» (Braun HM-6, 1958) в деревянном корпусе, решённом как мебель интерьера. Хирхе одним из первых рискнул обыгрывать кинескоп, помещая его в пластиковую «воронку», чем увлёк дизайнеров других производителей, продиктовав им приём.

Хирхе и Гугелот, были сторонниками чистых форм, консолей и открытых каркасов, неброской палитры, сочетания окрашенного металла, дерева, пластиков сложных оттенков, в то время, когда мебель и домашние приборы многими ещё воспринимались как символы роскоши, традиции и солидности, как декларативные статусные вещи.

Кульминацией «Брауна» стало приглашение Эйхлером в 1955 г. в создаваемый отдел дизайна **Дитера Рамса** (1932, Висбаден). Он был принят на работу по конкурсу, а в 1962 г. стал главным дизайнером. До этого Рамс работал помощником архитектора **Отто Апеля** (Otto Apel) и участвовал вместе с ним в проектах крупной американской архитектурной фирмы «**Скидмор, Оуингс и Меррилл**» (Skidmore, Owings&Merrill); сотрудничал в коллективных проектах с Гансом Гугелотом, Фрицем Эйхлером (об образовании Рамса информация смутная, вроде с перерывом закончил художественно-ремесленную школу в Висбадене, но больше, по всей видимости, учился на практике столярному ремеслу, позже архитектуре). При Рамсе появились все классические разработки фирмы: музыкальные центры и радиоприёмники, часы, вентиляторы, зажигалки, кухонные приборы.

Позже, в 1980-е гг., Дитер Рамс объяснил свою философию, сформулировав «**десять принципов хорошего дизайна**». Они были в известной степени квинтэссенцией и итогом всего опыта «Брауна» (в отделе дизайна, которым руководил Ф. Эйхлер, работали 16 дизайнеров):

1. **Хороший дизайн инновационный.** Технический прогресс предлагает новые возможности для инновационного дизайна. Инновационный дизайн всегда развивается в тандеме с инновационной технологией, но никогда не может быть самоцелью.

2. **Хороший дизайн делает продукт полезным.** Продукт покупается для использования. Он должен удовлетворять не только функциональным, но и психологическим и эстетическим требованиям. Хороший дизайн подчеркивает полноценность продукта, игнорируя то, что может ухудшить продукт.

3. **Хороший дизайн красив.** Эстетические качества являются неотъемлемой частью его наполненности, потому что продукты используются каждый день и воздействуют на людей. Только хорошо выполненные объекты могут быть красивыми.

4. **Хороший дизайн делает продукт понятным.** Он выявляет структуру продукта и включает интуицию пользователя.

5. **Хороший дизайн незаметен.** Продукты дизайна походят на инструменты. Они не декоративные объекты, не произведения искусства. Их дизайн должен быть нейтрален, сдержан, чтобы оставить пространство для самовыражения пользователя.

6. **Хороший дизайн честен.** Он не делает продукт более инновационным, сильным или ценным, чем на самом деле. Он не манипулирует потребителем, обещая то, чего не может быть.

7. **Хороший дизайн долговечен.** Он избегает быть модным и поэтому никогда не кажется устаревшим. В отличие от модного дизайна, он длится много лет – даже в сегодняшнем выхолощенном обществе.

8. **Хороший дизайн обращается к каждой детали.** Ничто не должно быть произвольным или случайным. Продуманность и точность в процессе проектирования проявляют уважение к потребителю.

9. **Хороший дизайн безвреден для окружающей среды.** Дизайн делает существенный вклад в сохранение окружающей среды. Это бережёт ресурсы и минимизирует физическое и визуальное загрязнение на всём жизненном цикле продукта.

10. **Хороший дизайн – как можно меньше дизайна.** Меньше, но лучше, потому что он концентрируется на существенных аспектах и продуктах, не обременённых необоснованными способами. Назад к чистоте, назад к простоте!

Гугелот и Хирхе разработали модели, легшие в основу «мебельного» стиля «Браун». Но они же сделали и первые «приборные» проекты, в которых появились ясные ритмы и

пропорции, к дереву добавились изысканные по тону пластики и акрил, серый цвет в сочетании с яркими акцентами кнопок.

Дитер Рамс развил наработки «отцов», создав с командой помощников около 500 вещей. Первый проект – радиоприемник со встроенным проигрывателем модели «SK 4» он делал с Гугелотом и Эйхлером, поскольку к тому времени Рамс не обладал ещё дизайнерским опытом. Коллективный продукт оказался противоречивым – он стал чрезвычайно популярным у дизайнеров, и во всех странах его много раз повторяли, может быть, по причине простоты дизайна. У остряков он получил ядовитую кличку «гроб Белоснежки». Что поделать, на чужой роток не накинешь платок, особенно на роток брызжущих ядом ревнивых профессионалов. Коллективное изделие – верный путь к безликости, впрочем, сегодня в промышленном дизайне преобладают именно коллективные продукты.



Вся линейка «радиол» SK (4, 5, 6) сегодня смотрится архаикой. В них появились дивные для своего времени прозрачная крышка проигрывателя, акустические головки (динамики) закрытые не «парчой» тканевых чехлов, а «ульмскими» решетками. Радиола (так у нас в те годы именовался гибрид приёмника и проигрывателя) стала компактной, управление вынесено с вертикальной панели на горизонтальную. Аппараты воспринимаются «мебельно» за счёт деревянных плашек «ценных пород дерева», как писали в рекламе, что обуславливалось скудной пластикой «вертушки», отсутствием «формообразующей идеи», которые позже появятся во всех разработках Д. Рамса. Впрочем, ФРГ 1950-х гг. – страна небогатая, разорённая войной, особенно ковровыми бомбёжками американской и английской авиации. В ней общество «разрознено». По классификации немецких авторов **Эриха Кюте** и **Маттео Туна**, разрозненное общество интересуется не дизайном, а внешним оформлением вещей. И серия «SK» не столько дизайнерская, сколько «гибридная», то есть сочетающая проектные моменты (компоновка, функции) и «оформительские приёмы». Дерево должно было придать хай-тековскому прибору «гарантию солидности» (выражение Симоны Бовуар).

Рамс – с расстояния времени – больше предпочитает не крупные музыкальные комплексы (он был главным до 1995 г.). Ему ближе небольшие остроумные по функциям разработки, вроде приёмника-проигрывателя пластинок-миньонов «Браун ТП-1» (Braun TP-1). Небольшой переносной аппарат состоит из двух модулей: один из них – радиоприёмник, второй – маленький проигрыватель популярных маленьких пластинок-миньонов или «сорокопяток» (скорость 45 оборотов в минуту), на которых издавались шлягеры. Эти пластинки использовались в музыкальных автоматах, а Рамс создал переносную игрушку. Звукосниматель при включении выдвигался из корпуса (довольно сложное решение). А за счет легкой «скрепки» радио и вертушка соединялись в один корпус (приёмник существовал и отдельно). Получился принципиально новый молодёжный аппарат, аналогов которому не было. Пользователи могли приобретать по отдельности элементы машинки (цена!). Рамс и «Браун» и дальше будут стремиться к экспериментам с функциями, комбинаторикой аппаратов и потребительским новациям, не говоря о том, что выработают органичные дизайнерские приёмы и формы.

Фриц Эйхлер в письме к Вагенфельду, опубликованному в журнале «Form» (1963, № 23), так определил философию «Браун»: *«Мы производим технические приборы, помощники в домашнем хозяйстве и во время досуга, – приборы, которые в первую очередь должны служить человеку и приобретать значение только тогда, когда они вступают в непосредственные отношения с человеком и своим ближайшим окружением.*

Они создаются не для витрины, чтобы привлечь особое внимание среди общей навязчивости, а как приборы, с которыми можно жить. Наши электроприборы должны быть неназойливыми, тихими помощниками и слугами, они должны, в сущности, исчезать, как это постоянно делал хороший слуга в старые времена: их не должно быть видно».

Единство философии и этики, методов проектирования, техногенность определили явные отличия «браунстиля» от аналогичных разработок, хотя дизайнеры фирмы и её идеолог Ф. Эйхлер отрицали наличие стиля. Они подчёркивали лишь единство методов и ценностей в отношении к вещам. Можно пытаться объяснить феномен «Брауна», его парализующее влияние на бытовую технику и радиоаппаратуру, на бытовые аксессуары и т.п. тем, что «Браун» осознал своё время и потому раньше всех оказался впереди, так же, как и «Оливетти» лучших лет сделала опережающий рывок в своём производственном сегменте. Цветовой аскетизм, бело-серость и превеличенная геометрика середины 1950-х гг. в разработках Рамса смягчились, пластика стала сложнее, цельнее, появились цветковые акценты и цветные формы, более эмоционально наполненные.

Сегодня на смену «аналогу» пришла «цифра», и многие типы аппаратуры переместились в музеи. Но все наши кухонные приборы делаются «по Брауну», а проектные принципы реализовались в продукции «Эпл», «Сони» и ведущих копораций, так же популярных у ценителей «хорошего дизайна», как некогда приборы «Браун».

Композиционные принципы браунстиля важны по сию пору, как и опасения избыточности форм дизайна Юго-Восточной Азии, где любят перенасыщенные средства. Разбивка объёмов на функциональные блоки; модульность, комбинаторность, системность замысла; акцентировка наиболее актуальных управленческих элементов, иначе – визуальная информативность; выявление свойств материалов для создания новых эффектов – прозрачности, глубины поверхности, использование экструзии или чистых поверхностей – всё это открыто «Брауном» для всех. Важна аутентичность форм или их соответствие назначению приборов, функциям и материалам. К этому стоит добавить такие факторы, как минимизация «символических деклараций» в вещах, демократичность и «интеллигентность» форм, акцент не на цене продуктов, а на ценностных свойствах – простоте, доступности, экологичности, коммуникабельности. Очевидно, что если мы уважаем потребителя, то предназначаем ему «хороший дизайн», с лучшими качествами.

Ушли из быта катушечные магнитофоны, как уходит простая механика, кинематика вращения (впрочем, несколько последних лет наблюдается их возврат, например, в

проектах студии «Олсон-Кундиг» из высокотехнологичного Сиэтла). Остаются проблемы: дизайнеры сосредотачиваются на поиске интуитивно понятных решений и способов общения человека с приборами: разрабатывают лёгкие интерфейсы, привносят в свои модели интерактивные свойства и интуитивную понятность, что в свою очередь приводит к появлению интеллектуальных функций.

Браун опробовала и осознала многие из этих проблем. Кинокамера «**Браун Ницо С560**» (Braun Nizo S560) имела нейтральную «закрытую» форму-кожух. Можно оспаривать, насколько «коробочная» пластика корпуса соответствует природе кинокамеры, в которой много кинематики – обтюратор, грейферный механизм передвижения плёнки и т.д. Не слишком ли просто: параллелепипед с лёгкой графикой на поверхности, элементы включения и регулировки режимов съёмки. Механика восьмимиллиметровой любительской камеры чрезвычайно сложна, прецизионна, она «значимей», чем коробка-кожух. Типология и функции камеры не выражены. Пользователь осовобождён от информации об устройстве. Развеществление здесь носит характер упрощения. Это и сейчас продолжается в любительской аппаратуре, тогда как профессиональная строится на выносе внутренней структуры и опций на корпус с помощью кнопок и регулировок управления. Разница между дизайном профессиональных и любительских аппаратов вообще велика: стоит ли усложнять жизнь простого человека?

Более развитой выглядит форма поздней разработки: «**Браун Ницо Интеграл-7**» (Braun Nizo Integral-7) со сверхсветосильным макрообъективом с переменным фокусом и диафрагмой 1,2. По крайней мере, основной объём камеры подчинился руке, ручка-рычаг управления стала антропоморфной, а изюминка камеры – её очень качественный объектив органично встроился в композицию форм.



Радиокомплекс «**Браун-Ателье**» (Braun Atelier) 1980 г. (Дитер Рамс и помощники) состоит из нескольких модулей, различных по начинке и инженерным свойствам. За время жизни комплекса (он выпускался в двух цветах – чёрном и сером) для него разработаны были 3 телевизора, 7 проигрывателей компакт-дисков, 5 кассетных магнитофонов, 4 проигрывателя виниловых дисков, 12 предварительных и оконечных усилителей и эквалайзеров, 6 шкафов для аппаратуры. Покупатель мог выбирать состав комплекса, наращивая его возможности и модернизируя отдельные приборы. Всего выпускалось 35 – 36 аппаратов, мебель, звуковые колонки, пульты дистанционного управления.

Минимальная комплектация была в два раза дешевле максимальной: цена набора – от 5 до 10 тыс. DM при среднемесячной зарплате около 2000 DM. Комплекс воплотил лучшие качества зрелого «Brauna»: модульность, комбинаторность, простоту, но не примитивную пластику, хорошие технические характеристики. Он строился на новой для того времени технологии высококачественного звука – Hi-Fi. Дизайн определял модульность комплекса, возможности их согласований друг с другом (а за этим – этика). Компоненты могли взаимозаменяться. Появились «игровые» детали – выдвигаемые каретки, откидывающиеся крышки. Широко использовались цифровая и светодиодная индикация. За время существования Брауна-Ателье аналоговая техника сменилась цифровой и в последних моделях начинка была уже соответствующей. Дизайн практически сохранился, поскольку приближался к аутентичной природе (функциям) комплекса.

В 1990-е гг. наступили новые глобалистские времена: экономика становилась финансовой, компании из США агрессивно диктовали рынкам правила игры, начиналась жесточайшая транснациональная конкуренция и передел бизнесов при доминировании американского капитала, деловой морали и монополий (Блок: «Век буржуазного богатства | (Растущего незримо зла!) | Под знаком равенства и братства | Здесь зрели темные дела... | А человек? — Он жил безвольно: | Не он — машины, города, | «Жизнь» так бескровно и безбольно | Пытала дух как никогда... | Но тот, кто двигал, управляя | Марионетками всех стран,— | Тот знал, что делал, насылая | Гуманистический туман»).



Выставка Дитера Рамса в Лондонском музее дизайна

В мае 1990 г. «Braun» начал реструктурировать бизнес, отказавшись от многих высокотехнологичных продуктов. Ему становилось трудно конкурировать с вызывающе дешёвой японской техникой (многие из заявляемых японцами качеств часто были ложными – вроде расширения диапазонов радиоприёмников, количество транзисторов и регулировок помех и тембра звука) и ещё более дешёвой китайской и корейской. Сокращался ассортимент продуктов фирмы, что объяснялось следующей мотивацией (согласно истории фирмы, изложенной на сайте): *«Рынок развлекательной электроники характеризуется во всём мире разрушительной ожесточенной конкуренцией. Японские производители особенно укоротили проектные циклы... Производители, которые предлагают инновацию или по крайней мере косметические псевдо-изменения не позже, чем в 24 месяца, попадают в число инноваторов.*

С сегодняшней точки зрения не нужно ожидать, что ситуация на мировом рынке упростится. Гораздо вероятнее обострение борьбы. Это – всё более рискованное

развитие означало бы, с одной стороны, необходимость ослабить определённые принципы философии брауновского дизайна (ухудшить долговечность, вести себя менее честно), с другой стороны – прибегать к таким финансовым инструментам, которые противоречат принципам Braun AG. ...Braun не поддержит дальше такое направление развития. Брауновский HiFi остаётся в истории».

Продукты «Браун», даже аналоговые, до сих пор есть на вторичном рынке, но фирма сосредоточилась на сегменте кухонной и бытовой техники (из сложных продуктов остались слайд-проекторы и слайд-сканеры). Но влияние «Браун» было гораздо большим, чем её продукты и их обаяние. Проектные идеи оказываются плодоносными в той степени, в какой меняют поведение и отношение к привычному. Основные принципы продукции фирмы «Браун» остаются актуальными: тщательная функциональная проработка, интуитивно понятные интерфейсы, сдержанная форма, подчинённая назначению и функциям, интеллигентный внешний вид, оптимальная цена при наивысшем качестве (у «Сони», например, установка на более высокую цену относительно аналогичных продуктов).

Разумеется, немецкий дизайн не сводится к форме «Браун». Она выполнила историческую миссию в интервале 1950 – 1990 гг. Появилось много новых предприятий, производивших дешёвую технику за счет больших серий, жертвуя качеством. То, что делал (и делает) «Браун», стали повторять «Сони», «Панасоник» и другие предприятия, позже и их положили на лопатки китайские и корейские предприятия. Быть лидером «всегда» невозможно. Мир развивается движением альтернатив. С 1970-х гг. возникли сложные, вернее, более эмоциональные и метафоричные способы формообразования, фирма «Браун» оказалась всего лишь одним из современных предприятий.

Немецкому дизайну свойственна высокая культура формы, чрезвычайное внимание к эргономике, в том числе визуальной, детальная функциональная проработка. В 1950-е – 1960-е гг. в Германии расширилось использование дизайна в образовании, жилой и общественной среде, коммуникациях и промышленности. Германия развивала экономику на идеях, выработанных когда-то Веркбундом и его продолжателями: *«Производи лучше, больше, красивее; уделяй внимание исследованиям и повышению качества продукции, тщательно прорабатывай потребительские свойства продуктов, не забывая о внешнем её виде – и будешь лидером»*, иначе – *«думай глобально, действуй локально»*. Благодаря трудовой этике, ценностной экономике (Л. Эрхард и последователи), развитой социальности немцы построили самую сильную и эффективную экономику в Европе, создали самое качественное производство. Дизайн оказался важным фактором – и на востоке страны, и на западе.

Новый немецкий дизайн не всегда имеет своих авторов, поскольку в крупных концернах, на предприятиях работают проектные коллективы. Больше известны имена руководителей отделов дизайна, например, **Анатолия Фёдоровича Лапина** (1912 – 2012), создавшего классику **«Порша»** (в немецкой транскрипции – «Порш», Porsche), и ему подобных мастеров. «Сделать имя» в дизайне сложно, т.к. современные объекты решаются как системные, значит, требуют сотрудничества специалистов разных цехов.

Лидерство «Брауна» в прошлом, как и широкий ассортимент продуктов. Сегодняшний «Браун» – другая модель, локализованная по ассортименту. Прежние модели встречаются на ретро-рынке, у некоторых высокая коллекционная цена, есть попытки рестайлинга классических разработок. Однако философия «Браун» не утратила актуальности, хотя формы сегодняшнего дизайна иные.

НЕМЕЦКИЙ ДИЗАЙН ПОСЛЕДНЕЙ ТРЕТИ XX в. ХАРТМУТ ЭССЛИНГЕР

Дизайн ФРГ и ГДР в послевоенном мире во второй половине XX в. был «печкой», распространявшей идеи функционализма. В обоих государствах существовали государственно-общественные структуры продвижения дизайна. Множилось образование

разных уровней – от специализированных профтехучилищ до университетов. Росла потребность бизнеса и общества в дизайнерских продуктах.

«Первый» немецкий дизайн разошелся по свету вместе с выпускниками «Баухауза». В США лидеры Баухауза продолжили образовательную и проектную работу. Эти мастера топили дорогу репутации немецкого дизайна, формировали почву для его приложения. Послевоенная реконструкция Германии нуждалась в проектных ресурсах. Продолжилось формирование технических регламентов – DIN (Deutsches Institut für Normung / Deutsche Industrie Normen), система примерно 70 комитетов, разработавших около 30 тыс. норм и регламентов, диктующих требования к продукции. Немецкие товары в результате системы мер стала наиболее надёжной, качественной, а дизайн её формировал.

Иногда гвоорят о «скучности» и узком практицизме немецкого дизайна. Отчасти с этим можно согласиться, утилитаризм, практицизм – не лучшее поле для воображения и инноваций. Но эти суждения игнорируют тот факт, что, к примеру, «Баухауз» не ассоциируется ни со скукой, ни с примитивным утилитаризмом. Его разработки полны обаяния и жизненны, как и многие явления немецкой культуры, оставившей не только великую инженерию, науку или стиль «бидермайер», но и мировую философию, огромную жизненную музыку, поэзию и романтическое искусство. Немецкие дизайнеры работают повсеместно – **Рихард Саппер** в Италии и США, **Ганс фон Клир** на «Оливетти» и других предприятиях; уроженец Берлина **Луиджи Колани** (1928) в Японии на «**Canon**». Колани чрезвычайно популярен в России и странах, осваивающих азы дизайна. Он именуется себя «биодизайнером», его биоморфные работы нарушают все рациональные правила. Избыточно «барочные» формы, активные колористически, текучие и «мятущиеся» объёмы импонируют студентам кафедр авто- и промышленного дизайна. Колани – автор дизайна японских зеркальных **Кэнонов**, определивших формы зеркалок. Уже он опровергает распространённую формулу-шутку «гутишь – квадратишь – практишь».

Авторитетным для всего мира дизайнером-графиком стал **Отл Айхер**. Разработанный им с группой сотрудников стиль **Мюнхенской олимпиады 1972 г.** стал прототипом городских навигаций. Внутри айдентики Мюнхена-72 было сочинено огромное число элементов: знаки и символы, пиктограммы, плакаты, много бумажных и средовых элементов. Стиль стал исчерпывающим, мажорным по колористике и гибким. В нём использовались приёмы фотографии вроде изогелии и соляризации, внедрённые позже в графические компьютерные пакеты.

С 1959 г., то есть 55 лет, действует разработанная Айхером айдентика авиакомпании «Люфтганза», и мы можем найти не один её клон. О. Айхер, как принято у больших мастеров-классиков, написал не одну книгу о дизайне, вернее 15 книг. Среди них такие: «Кухня для готовки. Конец одной архитектурной доктрины» (1982, 1994); «Идти беспорядочно» (1982); «Критика авто – трудная защита автомобиля от его поклонников» (1984); «Изнутри войны» (1985); «Мир как проект» (1991); «Аналог и цифра» (1991); «Книгопечатание» (1989); «Входы – выходы» (1990); «Системы знаков визуальной коммуникации – руководство для дизайнеров, архитекторов, плановиков, организаторов» (1996). Некоторые из них на иностранных языках выдержали не одно издание [<http://www.otlaicher.de/> На сайте – биография О. Ахера, его книги и ссылки на ресурсы, торгующие книгами. В ФРГ можно приобрести почти любую литературу прежних лет издания. Есть ресурс, показывающий оцифрованные ролики, например, о разработке Олимпиады-72: http://wn.com/otl_aicher].

Многие бы удивились, узнав, что отцом «МАКовских» игрушек – линейки телефонов, компьютеров и ноутбуков был немец **Хартмут Эсслингер** (Hartmut Esslinger, 1944), выходец из небольшой курортной коммуны Бойрен, в пятидесяти километрах от Штутгарта. В 1966 – 1970 гг. учился в **Государственной художественно-ремесленной школе** в Швабском Гмюнде (Staatliche Werkkunstschule Schwäbisch Gmünd). Её руководство было ориентировано на «Баухауз» и «Ульм», и незадолго до поступления Эсслингера в 1965 г. переформатировалась в дизайнерскую. Сегодня именуется **Высшая школа дизайна**

Швабского Гмюнде (Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd: <http://www.hfg-gmuend.de/>), готовит дизайнеров по четырём бакалаврским программам (интернет вещей, промышленный дизайн, интерактивный дизайн, коммуникативный, и одной магистерской – проектирование стратегий).

В 1969 г. Хартмут вместе с **Адреасом Хаугом** и **Георгом Шпренгом** создал компанию «**Эсслингер-дизайн**». Разработка аппаратуры – цветных телевизоров **S 3000 TV** и последующих в пластиковых корпусах, **HI-FI Wega System** – радиоаппаратуры для фирмы **Wega GmbH** привела к международному успеху для компании и самого дизайнера. В это время потребовались новые, даже необычные формы.



Эсслингер с командой возле Wega Concept 51K. Справа «трёхтысячные» телевизоры 3000, 3030, 3050

Эсслингер сотрудничает с **Хансгроэ** (1974, Hansgrohe), одновременно с «Сони» (1973 – 1974), приобретшей в 1976 г. «Вегу». В 1975 г. появляется бренд «**Фрог-дизайн**». По легенде лягушка – символ города Альтенштайга, но у города нет такого символа. Символ родного города Эсслингера – козёл, Штутгарта – единорог. В Германии лягушка – der Frosch, распространённый символ, но и земноводное, охраняемое во многих местах и на трассах. Карьера Эсслингера была стремительной, за рамками названия «**Эсслингер-дизайн**» оставались коллеги. Смена айдентики на лягушку, символ плодovitости, творчества, удачи, да ещё и совпадающую с Эсслингером стремительностью и действиями в духе даосских мыслителей «**сначала прыгни, потом думай сколько хочешь**» (**Чжунли Цюань**) была удачным ходом, от какой бы ассоциации ни произошла. Когда пришлось работать с японцами и Джобсом, у Frosch-Frog (английский вариант) оказался ещё один хороший смысл: это акроним Федеративной Республики Германии на английском языке – **Federal Republic Of Germany**. «Лягушка» с 1975 г. была символом, после открытия офиса в Калифорнии «**Эсслингер-дизайн**» стал «**Фрогдизайн**», а сегодня просто **frog**.

Для «Сони», с которой будет сотрудничать многие годы, проектируется серия телевизоров «**Сони-Тринитрон**», музыкальные аппараты, в том числе сине-серебристый аппарат «**Walkman TPS-L2**» (1979 г., инженер **Нобутоси Кихара** (Nobutoshi Kihara)).

В 1982 г. Стив Джобс переманил Эсслингера у «Сони», предложив весомый эксклюзивный контракт (в \$1 млн.?) и новое имя студии Эсслингера «**Фрогдизайн**», ставшей одной из самых известных и непрерывно развивающейся дизайнерской компанией [<http://www.frogdesign.com/about/history.html>].

Между 1982 – 1990 гг. появились прототипы современных смартфонов, тачскринов, ноутбуков, настольных компьютеров и часов. Не все разработки шли в серию: они опережали технологические возможности, стали «отложенными на завтра» футуристическими идеями. В серию шли более умеренные «белоснежки». Аскетичная функциональная пластика, местами «оскульптуренная», определила последующие предпочтения и шаги «**Эппл-компьютер**», с новым дизайном за 4 года обороты «яблока» выросли в 5,5 раз.



Компьютер Apple II. В центре MacBook с тачскрином. Справа - Apple iWatch

Эсслингер ушёл из «Эппла» синхронно с Джобсом, которого там не жаловали, ушёл в «NEXX». Их с Джобсом объединяла страсть к инновациям. Оба деятельны, не склонны к компромиссам, смелы в отстаивании личной позиции. Сегодня Эсслингер критикует проектную политику «Эппла», считая, что бедами его стали приоритет прибыли и отсутствие молодых мозгов. Тем не менее, прослеживается преемственность эсслингеровских и айвовских работ, так же как и цепочка связей (через десятилетия и расстояния) нынешнего главного дизайнера «Эппла» **Джонатана Айва** и ведущего дизайнера фирмы «Браун» **Дитера Рамса**. Айв признает, что функционалистский «Браун» – лучший. И так же Рамс отмечает, что дизайн «Эппла» – «правильный». В предисловии к книге Д. Рамса **«Как можно меньше дизайна»** (As Little Design as Possible) Д. Айв высказался: *«Его дизайн плееров, камер и кухонных предметов настолько прекрасен, что он каким-то образом даже улучшает их функциональность и расширяет чисто технические возможности»* (на фото Д. Айв и Х. Эсслингер):



В 2006 г. Х. Эсслингер оставил «Фрогдизайн», предпочтя консалтинг, преподавание, лекции, то есть общественно-пропагандистскую деятельность. Круг идей, которые он отстаивает перед студентами и дизайнерами (много их в инете на немецком и английском языках), основывается на представлении о дизайне как системном четырёхугольнике между **«людьми и обществом»**, **«финансами и бизнесом»**, **«природой и экологией»**, **«наукой и технологиями»**. Искусство для Эсслингера чрезвычайно важно как способ интеграции компонент дизайна, не случайно он уверяет: *«Деньги покупают, эмоции продают»*.

Он – сторонник персонализации и индивидуализации в дизайне, противник «бессознательной» коммерции. Будучи человеком, трезво и прагматично оценивающим экономику дизайна и мечтающая об «умном бизнесе», Эсслингер воплощает интеллектуальную и независимую сторону немецкой проектной матрицы. Он смыкается с левыми радикалами, критикует бизнес-атмосферу: *«Атмосфера» сегодняшней стратегии управления не призвана вознаграждать клиентов волшебными продуктами и событиями, или брать на себя требуемые риски, или стремиться к истинной значимости. Нет, дух сегодняшнего бизнеса призван задуть любой творческий огонь подавлением нового мышления, похожим на фашизм.*

Сегодняшняя деловая атмосфера продвижения «биржевой стоимости акций» на «приятной Уолл-стрит» приводит все чаще к корпоративному поведению, которое равнозначно политкорректности, душит творческое мышление и опустошает компании от всех их интеллектуальных, культурных и человеческих активов.

Как первоклассный наркоман, большинство сегодняшних компаний увлекаются расточительной посредственностью».

Эсслингер, в отличие от Э. Соттсасса, верит в «непреходящий дизайн», дизайн ценностный, помогающий уменьшить расточение природных ресурсов. Такой дизайн должен содержать в себе значительные смыслы и быть событием в жизни общества. Эсслингер признаёт компромиссы, но они не должны достигаться за счёт качества дизайна, ухудшения и банализации идей. Будучи в эпицентре глобального дизайна и имея вроде бы безграничные возможности самореализации, которые не снились большинству дизайнеров, Он в известной мере не реализовался, но и не стремился быть во главе процесса.

ИНГО МАУРЕР

Инго Маурер (Ingo Maurer, 1932, остров Рейхенау) – один из самых популярных современных дизайнеров. Родился в семье рыбака. В 1954 – 1958 гг. обучался в студии графики в Мюнхене, работал в типографиях Германии и Швейцарии. С 1960 до 1963 г. работал в США (Нью-Йорк, Сан Франциско) как свободный дизайнер-график. В 1966 г. открыл на окраине Мюнхена студию дизайна, которая работает теперь как крупное производство и как выставочный зал. С 1980-х гг. является одним из известнейших дизайнеров мира. В его команде 60 человек и одна собака. Почти 100 магазинов расположены во всех частях света. В проектах Маурера и его коллег – свет для общественных и частных объектов, светильники различного назначения, наружная подсветка зданий, свет для музеев и выставок, световые инсталляции [<http://www.ingo-maurer.com/de/>].

Маурер – экспериментатор и импровизатор. Делая всё, что как бы нельзя, он находит новые формы художественного света. Путешествие по страницам сайта Маурера увлекательно. Появление такого дизайна, являющегося больше искусством, чем производством (хотя и с этим всё хорошо), пришлось ко времени, требовавшему «деятельного дизайна, событийного, а не только качества, красоты и семантики. Начинал Маурер как графический дизайнер, но прежде чем найти себя, поработал в Германии, Швейцарии и США. В какой-то мере он продолжил не немецкую технологичную и социальную линию дизайна, скорее – итальянскую, артистичную и «художественную»: «... Сначала я занимался графикой: изучал графический дизайн и потом несколько лет работал в типографиях. Идея лампы пришла ко мне как-то вдруг, а потом и другие идеи, ещё и ещё. Но я не стал продавать свои изобретения. Что я сделал сразу, так это создал своё предприятие по производству светильников. Так началась история компании «Ingo Maurer GmbH».

В начале своей деятельности я очень много работал над формой светильников. Это видно даже по одной из моих первых работ – «Vulb», которая появилась в 1966 году. Позже, изобретая лампы, я понял, что свет сам по себе намного важнее формы, так как свет – это уникальное явление, от которого зависит бытие всего живого и просто наше самочувствие. С тех пор как я это осознал, я стал стремиться в своём творчестве к тому, чтобы в моделях светильников свет и форма гармонично сочетались.

...В любом случае, у меня нет никакой философии. Я могу только подчеркнуть то, что я уже сказал: свет влияет на нас и на наши чувства сверхъестественным образом. Изменяя освещение в помещении, можно очень сильно изменить все пространство. Свет обладает огромным потенциалом, имеет сотни возможностей для превращения обстановки в нечто

новое» [Цит по: Ульяна Ольховская. Светлые мысли Инго Маурера// Современный интерьер-Сибирь. URL: <http://www.sovinterior.ru/stat1.php?t=23&n=275>].

Офис «**Инго Маурер ООО**» (Ingo Maurer GmbH) располагается в Мюнхене, есть шоу-румы и представительства в других странах, предприятие поначалу работало над бытовыми светильниками, а также художественным светом для музеев, ресторанов, творческих презентаций. В последнее время проектирует крупные акции, свет для общественных пространств и даже производственных акций – примером является подсветка площади **От-Форнё** в люксембургском городке **Бельвал**, или там же освещение заводских дозн.

Маурер революционизировал представления о свете, понимая его как исключительно выразительный материал – световой хеппенинг. По его мнению, важны творческие идеи, опирающиеся на культурную игру, ассоциации и игровое начало. В силу того, что он вышел не из промышленной школы, на многие вещи смотрел свежо. Отсюда склонность к непривычным формам и решениям, интерес ко «второй жизни» промышленных форм и поток рефлексий.

Маурер называет Акиле Кастильоне одним из мотиваторов своего творчества. Действительно, Кастильоне, кажется, ни разу не повторил в светильниках одну и ту же форму. Он использовал такие простые материалы, как трикотаж и проволоку для создания инновационных форм. Его «**Арка**» и «**Фуксия**» до сих пор чрезвычайно популярны, а многие светильники перефразировались многократно. У Маурера можно найти не одну реминисценцию светильников Кастильоне – великого изобретателя. Но наиболее важным «источником» стал знаменитый «**Парентезе**» (1970) – остроумный зеркальный светильник на струне, ему как первоисточнику Маурер обязан своей большой коллекцией «**Ya Ya No**» (1984), включавшей десятки варьируемых элементов. Низковольтные электрические провода-струны подключаются к сети через трансформаторы. В конструктор входят 12-вольтовые галогеновые светильники, множество деталей, среди которых лампы-абажуры, зеркальные отражатели, колпаки-рассеиватели, подвесы и балансиры. Это разнообразие деталей собирается по вкусу пользователя, набрасывается или цепляется за две-три струны с напряжением 12 в (безопасными для человека) и создаёт неисчислимые комбинации. Бесконечный конструктор, позволяет варьировать формы, качество света, а недизайнерской публике чувствовать себя творцом собственной световой красоты. Линейка светильников даёт мягко-рассеянный свет.



Слева – светильник-конструктор «Ya Ya No» Маурера, справа – серийный светильник Кастильоне

Можно восхищаться фантазией команды Маурера, часть сотрудников на сайте не пожелали «светиться»: есть лишь их фамилии, либо малозначимые фрагменты фотографий. Так поступает классический креативный класс, предпочитающий «быть» больше, чем «казаться». Все линейки светильников различны и изобретательны, производят впечатления не серийных, а как бы рукотворных.

Маурер часто подписывает работы «Инго Маурер и команда», соавтором чаще других является **Дагмар Момбах** (Dagmar Mombach). Есть в ассортименте и работы, спроектированные без Маурера. Логотипом фирмы Инго Маурера является простой росчерк дизайнера, а не «лого-воломка». Не случайно, проекты просты, неожиданны.

Светильник «**Хот Акиле**» (1994, Hot Achile) посвящён Кастильоне. Дизайнер поиграл в «Парентезе», доведя его до парадокса: у «Хот Акиле» как бы изолированный плетёный провод, включаемый в розетку. Такая же, как у Кастильоне, трубка с кронштейном и лампой, так же скользящая по проводу-тросику с ограничением. Именно в нём и кроется хитрость – ток для светильника подаётся к лампе скрыто внутри трубки, а внешняя электрическая «наивность» на деле игра, за которой спрятана тщательная проработка безопасности.

Принцип Кастильоне мог заинтересовать только дизайнера-демократа, свободной личности. Психологи утверждают: что бы мы ни делали, как бы ни поступали – проявляем установки, сверхзадачи собственной природы. Представьте Акиле Кастильоне, который придумал взять тросик, чтобы сделать из него светильник, используя при этом понимание физики, механики. Из-за натяжения тросика изогнутая трубка фиксировалась, но передвигалась пользователем с небольшим напряжением. Свет зеркальной лампы можно было направлять в нужное место. И вообще использовать его свет как общий или сфокусированный, или как декоративный...

Светильник «**Илиос**» (1993, Ilios). Предметом разработки является психологическая релаксация. Два тончайших прутика высотой 190 см закреплены на квадратном основании, соединены сверху тонкой перемычкой. На ней собственно светильник, который плавно зажигается и гаснет по своей программе. Светильник колеблется, реагируя на проходящих людей, он создаёт такой ритм, который успокаивает эмоции. Есть в нём и нюансы, принуждающие вглядываться: ярко-красная вставка в основании между стойками-прутиками; синий цвет стоек – при их незначительной хрупкой толщине. Возникает эффект «недо»: «недо-массы», «недо-цвета» и «недо-энергии». Экспрессия «оправлена» в рамки хрупкости, «интеллигентности» форм и в сценарий «поведения» торшера. От него трудно оторвать взгляд: хрупко, непонятно, красиво.

Разработки Маурера числятся в номинации «luxury», прежде всего из-за весьма высокой стоимости, которая в свою очередь определяется материалами (бумага, стекло, фарфор) и ручной обработкой материалов – лакировкой, сжатием, перфорацией... Но недоступные большинству граждан предметы провоцируют фантазию, ведь некоторые из них – «**Tu-Be-1**» (1992), «**Zettel'z**» (1997), «**Kokoro**» (1998), «**Jimken**» (1998) и другие просты по формам и как бы сделаны из «вторсырья» или предметов, прежде использовавшихся по другому назначению. Они – сигналы к творческому поиску, конструированию, моделированию собственного предметного окружения. Кстати, так поступил И. Маурер, когда в 1989 г. делал собственную выставку в ленинградском «Этнографическом музее народов СССР». Он «прошвырнулся» по питерским хозяйственным и мебельным магазинам, закупил серийные предметы и на их основе спроектировал экспонаты, поразившие мухинских студентов и дизайнеров.

ЭВОЛЮЦИЯ ФУНКЦИОНАЛИЗМА И ПРОЕКТНЫХ МЕТОДОВ

Базовым методом (концепцией, стилем) XX в. является функционализм. Его начало – в финале XIX столетия, в деятельности и теориях чикагского архитектора **Луиса Генри Салливана** (Louis Henry Sullivan, 1856, Бостон – 1924, Чикаго), который осознал конфликт новых технологий и старых форм. Не он изобрёл небоскрёбы, но возводил их в то время, когда архитектура нуждалась в мыслителях, чтобы выйти из тупика стилизаций и эклектики. Салливан оказался не так коммерчески успешен, как его менее чувствительные коллеги. Но именно Салливан посеял живую интеллектуальную архитектуру, от которой

отпочковался функционализм, включая органическую архитектуру его недолгого ученика **Фрэнка Ллойда Райта**.

«Всюду и всегда форма следует за функцией, таков закон, – пишет Салливан в статье 1896 г. – Там, где неизменна функция, неизменна и форма. Гранитные скалы, горные хребты сохраняются неизменными на века; молния возникает, обретает форму и исчезает в одно мгновение. Основной закон всякой материи – органической и неорганической, всех явлений – физических и метафизических, человеческих и сверхчеловеческих, всякой деятельности разума, сердца и души заключается в том, что жизнь узнается в её проявлениях, что форма всегда следует за функцией. Таков закон» [Салливан, Луис Генри. Высотные административные здания, рассматриваемые с художественной точки зрения. Цит. по: Мастера архитектуры об архитектуре. Зарубежная архитектура. Конец XIX–XX век. – М.: Искусство, 1972, с. 45].

Он развивает мысль в своём поэтическом стиле: *«Форма есть во всем, везде и в каждом мгновении. В соответствии со всей природой и функцией некоторые формы определённы, иные неопределённы; одни расплывчатые, другие конкретны и чётко очерчены; у одних есть симметрия, у других только ритм. Одни абстрактны, другие материальны. Одни привлекают зрение, другие слух, одни осязание, другие обоняние, некоторые только одно из этих чувств, другие все или любое их сочетание. Но все формы безошибочно символизируют связи между нематериальным и материальным, между субъективным и объективным – между безграничным духом и ограниченным разумом»* [Салливан, Луис Генри. Беседы в детском саду / Указанное издание, с. 45 – 48]

Функционализм как метод утвердился в 1920-е гг. в работах В. Гропиуса, Миса ван дер Роэ – в Баухаузе, во ВХУТЕМАСЕ и творчестве российских, немецких, других европейских проектировщиков. Как только из метода, то есть набора проектных техник (эргономического и функционального анализа, технологических и сценарных исследований) он превращался в догму, то утрачивал силу и влияние. Впрочем, обычная история. Элементы функционального метода присутствуют во всех направлениях дизайна, в большей или меньшей мере. Есть и функционализм – стиль, называемый «стилем «Баухауза», что неверно, ведь «Баухауз» не ограничивался функционализмом, а функционализм Баухаузом. Хорошо сказал о выходе за рамки «прокрустова ложа» догм всё тот же Луис Салливан в написанной им в 1918 г. в форме диалогов книге **«Беседы в детском саду»**, призванной разъяснить его идеи: *«... Ни логика, ни учёность, ни хороший вкус, ни все эти качества, взятые вместе, неспособны создать органичную архитектуру. Люди, обладающие ими, могут создавать здания логичные, грамотные или «со вкусом», не больше того. Для их творчества типичны сухость, холодность или поверхностность.*

– Тогда скажите мне сейчас, чтобы я знал заранее, какие качества характеризуют хорошего архитектора?

– Прежде всего, поэтическая фантазия; во-вторых, большая отзывчивость, человечность, здравый смысл, вполне дисциплинированный ум; в-третьих, отличное владение техникой своего мастерства; и наконец, огромный и щедрый дар художественной выразительности» [Там же, с. 52].

Эти «золотые скрижали» не утратили актуальности: как только проектирование сводится к технике, технологиям или методам, к «формообразованию», так исчезает «вещество» архитектуры и дизайна, магия и значимость для человека.

Функционализм стал и стилем, и направлением жизни, и творческим методом, и системой идей. Хотя существовало много индивидуальных версий проектирования, он оказался наиболее универсальной **творческой концепцией**. Его «родимые пятна» временами проявлялись в эмоциональной скудости, упрощении языка (в студенческих проектах ВХУТЕМАСа, разработках ВНИИТЭ и в «браунстиле»). Недостатки стиля преодолевались бунтами 1970-х гг. и открытием более сложных языковых средств.

На смену функционализму приходили «аэродинамический» стиль американского дизайна 1950-х г. и наиболее серьёзная ревизия – «скульптурный дизайн», одним из авторов которого явился Марчелло Ниццоли. Скульптурный дизайн стал чрезвычайно популярен в 1960-е гг. в работах Марио Беллини и многих дизайнеров, архитекторов. Он стал внешним ремонтом, «начинкой» скульптурного стиля был всё тот же функционализм. У М. Ниццоли, М. Беллини, финнов, Д. Азрикана, в отечественных промышленных разработках приход скульптурности привёл к артистической мягкости форм, плавным соединениям и переходам элементов, нюансировке. Дизайн обогатился и стал человечнее.

Совершенной альтернативой функционализму был лишь мировой стайлинг, то есть «неконтролируемое» оформление изделий, поверхностные эффекты без системных решений. Стайлингом называют обычно американскую версию дизайна 1930-х – 1950-х гг. Если присмотреться внимательно, то заметим, что стайлингом занимается большинство практиков. Стилизация – быстрый путь к жажде нового, поскольку внешний вид действует на нас безотчётно. Понять природу изделий, функции и интерфейсы, эргономику и экологию, прочувствовать органику решений, их жизненность и соответствие назначению можно, лишь пользуясь разработкой, а это происходит далеко не сразу.

Люди не очень разборчивы, эффект новизны – важная вещь. Предприятия и их дизайнеры стремятся активизировать продажи, спрос, придумывая всё новые «украшалки» или сценарии потребления. Стремление поразить даёт неожиданные последствия, скажем «дизайнерские» интерьеры на вторичном рынке не востребованы. По утверждениям футурологов, из 1000 изобретений, открытий, инноваций лишь одно остаётся человечеству на долгий срок, да и то при условии доработки. Как бы ни именовалась новизна, страх отстать – важный мотиватор, и большая часть проектных новаций – временки.

На стыке стайлинга и искусства в 1980-е гг. появилась яркая концепция – «Мемфис», «стиль Мемфис», по имени группы, созданной Этторе Соттсассом. В одном из номеров «Домуса» он так вспоминал об импульсе, приведшем к появлению «Мемфиса»: *«Мемфис случился во мне, когда я пошёл однажды утром за молоком в магазин, где пожилая пара продавала бисквиты и молоко. Этот случай сыграл важную роль, расколол меня: ситуация была настолько полна невинности и изящества, что это разрушило моё представление о поэзии так же, как раскалывают грецкий орех. Все было сделано [в магазине] из ламината, и меня вдруг осенило, что поэзию можно создавать и ламинатом, а не только грецким орехом»* [Domus. – 2004. – № 869, апрель. Цит. по: Хрестоматия по дизайну, с. 1022 – 1033].



Отличие «стиля Мемфис» от стайлинга в том, что он появился не как коммерческий продукт, а как художественная рефлексия: *«Когда мы делали Мемфис, то стремились к тому, чтобы быть на высококачественном уровне. Но эта мебель не покупалась миланской буржуазией. Эти вещи покупали те, кто работают с 9 до 5 в Мессине, которые искали что-то недоступное, некий статус... И это подтверждает тот факт, что психологические факторы являются очень важными, иногда более важными, чем финансовые факторы»* [Там же, с. 1022 – 1033].

Соттсасс настаивал на том, что «фокус-группы», «целевая аудитория» и прочие маркетинговые данные мало влияют на проект: *«Большой риск нашей профессии в том, что мы не знаем, кто наши клиенты. Они – только пятно, исследованное профессорами маркетинга и идущее наряду со статистикой (голубой в моде, женщины теперь хотят носить лёгкие цвета и т.д.). Жизнь заказчика не в этом; она далека от нас и недоступна. Я пытаюсь общаться с моими заказчиками столько, сколько могу – я обедаю с ними, болтаю с ними. В итоге я знаю, что мне проектировать и без их объяснений».*

«Мемфис» стал радикальной ревизией, освободившей дизайнеров от обязанности непременно выявлять функциональную догматику. Он не отрицал ни функции, ни конструкции, ни материалов – и вообще ничего, что было наработано дизайном. Он просто перевернул «пирамиду приоритетов». На первый план вышла рефлексия, образная форма, тогда как остальные компоненты дизайна приобрели второстепенное значение. В суждениях проводников дизайна «мемфис» получил обоснование как дизайн эпохи «постмодерна» и «деконструкции» (есть такая?). Несомненно, и направления искусств и мысли 1960-х – 1980-х гг.: постмодерн, французский философский деконструктивизм, американская архитектурная деконструкция сказались на «мемфисе», когда он превратился в модный стиль. Архитектурный постмодерн начался в 1960-е гг. с идеей **Роберта Вентури** (Robert Venturi, 1925), изложенных в книге **«Сложности и противоречия в архитектуре»** (1966). Главный посыл состоял в замене союза «или» на союз «и». Противопоставление и конфронтацию, в том числе прежнего и нового искусств, архитектуры, необходимо заменить их союзом: не старое или новое, а старое и новое, не чёрное или белое, а чёрное и белое, и серое, и цветное. В этом качестве постмодерн должен был преодолеть ограниченность современного радикализма. На деле он – особенно в словесных искусствах,

кино, превращался в беспринципное шутовство, ядовитую иронию, «симулякры», что не имеет отношения к протесту, переменам – он стал бессильной издёвкой над бедами мира.

Яркими всплесками новых концепций стали «антидизайн» («радикальный дизайн»), энверроументальный дизайн, нон-дизайн (акции), которые мы склонны объединять в рамках категории «концептуального дизайна». Эти явления декларировали потребность в обновлении скорее жизни и ценностей, нового места Дизайна в обществе, хотя бы потому, что в проектных исследованиях и концепциях возникают новые модели жизни, поведения, отношение к предметному окружению, формам общественной жизни.

Любое явление, возникающее в Дизайне, как правило, становится суммой новых отношений с миром и новых смыслах.

МЕТОДЫ ПРОЕКТНОГО ТВОРЧЕСТВА

Методы, методики, «методология проектного творчества» – чрезвычайно скучная для студентов часть проектирования – далёкий и чужой мир. В наших российских головах легко умещается стихия и чрезвычайно неловко, трудно, уныло – всё логическое: аналитика, проблематизация, анализ, «целесолагание». Культура по-прежнему нацелена на освоение ремесла, навыков, а не на формирование творческого сознания. В университетах говорят «знания забываются, понимание никогда». На практике в народе предпочтение отдаётся умениям, и раз в десять лет слышится всё тот же знакомый технократический призыв: – Хватит болтать, пора дело делать!

Нравится это или нет, но проектирование настолько усложнилось и продолжает усложняться, так вросло в быт и бытие, культуру, экономику, что трудно представить, как бы оно могло существовать на основе лишь эмоций, образов, рефлексии. «Проектная культура» превращается в тотальный тип мышления, метод перестройки и построения мира.

Это не относится к российской школе, в которой умный мозг из столичного интситута внедрил слово «проект» в практику первого и последующих классов, в переподготовку преподавателей всех родов, не понимая природы проектного мышления. Когда ребятёнку задаётся прочитать А.С. Пушкина и написать сочинение по прочитанному, проекта в этом нет, скорее привычное знакомство с классикой по любимому методу итальянской забастовки – разрушительной «работе по правилам» назло московским «учёным» с аналоговым мышлением. Что-то где-то подсмотрели – вот и получайте «проект». Для поиска нового и приближения к подлинной сути явлений и вещей в проектировании всё большее значение приобретают поисковые, исследовательские методы, проектные методы, способы представления и реализации идей. В европейском дизайне, начиная с 1950-х гг., методы стали самостоятельным предметом исследований в первую очередь в Ульмской школе и её клонах. В СССР и России методам уделяется внимание с 1960-х гг. Эта проблематика стала предметом исследований «московской методологической школы», созданной философом **Георгием Петровичем Щедровицким** (1929, Москва – 1994, Болшево), который, по словам А.Г. Раппапорта исследовал проблему «управления развитием человечества» [сайт «Фонда «Институт развития им. Г.П. Щедровицкого». URL: <http://www.fondgp.ru/>]. Его последователи были активны во ВНИИТЭ и его филиалах, в учебных заведениях. Дизайнеры, выученные на рубеже 1960 – 1970 гг., часто считали проектные методы панацеей дизайна. Много публикаций по этому поводу было в «Технической эстетике» и изданиях ВНИИТЭ. Создатель методологической школы был ярким и вовремя почувствовал приход проектной культуры или эпохи Дизайна. Существует огромный массив исследований дизайна и его методов, часто формальный. Поисковый запрос даёт: более 15 млн пользователей подобных ресурсов, более 118 млн публикаций, более 700 тыс подобных проектов. Лишь одна ссылка: **Bayazit, Nigan. Обзор исследований дизайна за последние сорок лет: Investigating Design: A Review of Forty**

Years of Design Research // Design Issues. – 2004. 20. 16-29; русская версия <https://refdb.ru/look/1868438.html> ; оригинальный английский вариант: https://www.researchgate.net/publication/235700969_Investigating_Design_A_Review_of_Forty_Years_of_Design_Research.

Единая система проектных методов не сложилась вопреки множеству публикаций различных авторов – дизайнеров, методологов, педагогов, предпринимателей. Это видно и по русскоязычной литературе, и по литературе на основных дизайнерских языках – английском и немецком. Методология проектности, как она сформировалась после Г.П. Щедровицкого, всё дальше уходила в метафизику, тогда как мышление художников, дизайнеров и даже архитекторов, скорее, интуитивно-образное, чем вербальное, рациональное и тем более не категориальное. Нельзя отрицать роль методов, чем более сложные задачи решает проектирование, тем более они важны. Но нельзя полагать, что два типа сознания – рациональный и образно-интуитивный уживутся в каждой голове. Попытки построить образование и проектирование как корабль, перегруженный разнородными занятиями и навыками, заканчивается тем, что мы имеем, вернее, чего лишены в современной отечественной среде обитания.

Можно поделить все более-менее используемые на практике методы на несколько групп: **исследовательские** (предпроектные, экспертно-аналитические), **маркетинговые; поисковые, творческие, исполнительские**, а также **постпроектные** (экспертные) методы. Последние необходимы в связи с тем, что дизайнерские разработки касаются многих людей и разных аспектов их использования.

Исследовательские методы в основном совпадают с развитыми научными методами: *статистическими* и *эмпирическими* исследованиями, *генетическим*, *типологическим* и *компаративным* (сравнительно-историческим), с аналитическими исследованиями антропологических, эргономических, экологических требований к проекту, исследованиями норм, правил, культурных типов и требований. Смысл исследовательских (предпроектных) методов в том, чтобы позволить проектировщикам понять границы свободы и несвободы, вникнуть в существующую практику, осмыслить значение возможных ограничений, культурных и иных предпочтений потребителей. К этой группе методов логично отнести маркетинговые исследования, изучение технологических, экономических и социальных предпосылок. «Учёт требований» не означает автоматического «подчинения» им.

Данные науки могут носить относительный или абсолютный характер. Но на стадии поиска они носят справочный характер или даже отбрасываются, чтобы не мешать свободе мысли. Результатом предпроектного исследования становится формулировка предмета, целей и задач проектирования, концепции, которая лежит обычно в плоскости субъективного понимания времени, места и проблем антиномии личность-общество.

Определение предмета проектирования – одна из самых сложных задач дизайна. Именно предмет проектирования обусловит направление, точность поиска и действий дизайнера.

Поисковые методы. В строгом смысле поисковые и предпроектные методы близки, чтобы не сказать являются звеньями одного процесса. Раскладывать творческий процесс на стадии и методы вообще сомнительная задача, более-менее актуальная в обучении проектированию. Любая классификация носит прикладной, умозрительный характер и не является самоцелью. Категорию «поисковый» можно с чистой совестью отнести к исследованиям, к предпроектному или проектному поиску. К поисковым методам резонно отнести *аналоговый метод, метод мозгового штурма, синектика*, при которых поиск ведётся командой проектировщиков, определённым образом структурированной и по состязательным сценариям. Все разработаны и используются в практике. С полным успехом мы их можем определить ещё и как творческие. В поисковых методах соединяются рациональные приёмы и ассоциативные (интуитивные), пробуждающие творческое сознание. Роль интуиции, интуитивного мышления важнее всего.

Творческие (эвристические) методы. Научно-исследовательские и «поисковые» методы приближают к проектной концепции, позволяют при создании эскизов и моделей найти решения, варианты, в том числе паттерны приёмов. К поисковым и к творческим (индуктивным) методам просится отнести *метод «от противоположного»* – противоположность аналогового метода. За основу поисков берутся либо существующие аналоги, практика проектирования, разработки или представления. Дизайнер действует по принципу «наоборот» – противоположные сценарии действий, технологии и формы; альтернативные материалы и даже иной предмет проектирования, всё должно быть «от обратного». Это метод случайностей, предполагающий механический и интуитивный поиск по правилу «ньютонова яблока». Важно разглядеть в случайностях новые возможности, что не всегда получается. Вспомним, что нынешние гаджеты-девайсы, плоские и даже плёночные экраны были предугаданы в 1980-е гг., но только к 2000-м гг. материализовались.

Развивается и по-разному интерпретируется *метод синектики* (автор – У. Дж. Гордон), трактуемый обычно как метод широких ассоциаций. Внутри синектического поиска могут быть прямые, символические, фантастические, личные аналогии-ассоциации. В последнее время слово «аналог» (сравнение) всё чаще заменяется творчески свободными «метафорой», «ассоциацией», «образом» или «поэтикой», а коллективное участие при выработке решения становится не обязательным – желательным. Коллектив бывает и синергией и тормозом. На коротком этапе – стимул, в отдалённой перспективе – балласт. Возможности синектики, если рассматривать её как «дерево ассоциаций», даже избыточны, когда мы выстраиваем «ветви» ассоциаций по технологиям и сценариям, материалам и иным свойствам...

Роль *метафорического проектирования (приёмы поэтики)* изначально была важна в искусствах и в дизайне, родившемся из искусств, как и современная архитектура, разорвавшая с прошлым и подпитывавшаяся «неинженерной» красотой. Дизайн и создавался как метафора или образ другой жизни. Начиная с 1990-х гг. именно метафоры – ассоциации, перенесения свойств, аналогии, прямые и косвенные, позволяют дизайну пользоваться средствами близких искусств – станковых, в особенности неоавангарда или «актуального искусства». Сам по себе дизайн не плодотворен. Он наработал за 100 лет развития некоторые приёмы, средства, но обращается то к природе, то к искусствам и особенно неоавангарду (*хепенингу, энвайроменту, минимал-арту, экшну, концептуальному искусству*) с их «чистой рефлексией» и неприязнью к конформизму.

Метод *«вживания в роль»* позволяет проиграть жизнь и развитие проекта, его использование будущими пользователями, поставить себя на место этих пользователей, продумав детали функционирования разработки. Близок ему метод *сценирования*, рассматривающий разные варианты жизни, технологий проектируемых вещей и процессов.

Каждый дизайнер в конечном итоге разрабатывает и использует собственную систему способов проектирования. И вовсе не обязательно они осуществляются так, как здесь представлены. У мастера они работают интуитивно, безотчётно и чаще всего мгновенно.

Исполнительские методы. Мы не будем касаться *эскизирования, макетирования* или *моделирования* (за этими понятиями не один способ, а их набор – сценарное или ситуативное моделирование, математическое моделирование, создание действующих или виртуальных моделей, 2D или 3D моделинг, прототипирование, принтинг). Это технологии, востребованные на любой стадии поиска и разработки проекта, и потому их много, что все не дают достоверного представления, кроме осуществлённого проекта.

«Искусство воплощения», каким является дизайн, предполагает и *исполнительские методы* – средства общения с заказчиками и исполнителями, представления идей, включая технологии манипулирования. Манипулирование отрицается многими, все эти поучения «дэйлов карнеги» и «гуру бизнеса», в том числе и потому, что чужой опыт повторить

нельзя. Как говорил С. Дали, «*блаженны наши подражатели – им достанутся наши недостатки*».

«**Сценарный метод**» заимствован дизайном у своей прабабушки – гуманитарной науки, в частности, у её дочери – футурологии с её математическими методами и моделированием процессов. Сценарное моделирование в редких случаях прибегает к методам физико-математических расчётов, к методам нелинейной математики. Редкое использование связано не только с междисциплинарными сложностями, но и с тем, что они применимы к моделированию сложных процессов и систем, но хуже творческой интуиции в относительно простых проектах, где важнее «человеческое» понимание, например, культурных процессов. Представить себе большой проект без проработки сценариев его осуществления и развития невозможно.

Логистические методы, методы инженерного и конструктивного проектирования, красиво именуемые сегодня с налётом англосаксонизма как «**инжиниринговые**», способы технологического приземления фантазий дизайнеров – от **технологий функционирования** разработок до **технологий исполнения** – также относятся к исполнительским методам, число которых увеличивается как за счёт подглядывания в соседние огороды, так и за счёт наработки собственного опыта. Только в двух изданных издательством «Питер» книгах о методах содержится более двухсот вариантов, включая методы матриц и картирования, анализа ценностного потенциала и имитационные упражнения [Бархин Б.Г. Методика архитектурного проектирования: учеб.-метод. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Стройиздат, 1982. – 224 с., ил.; Лидвелл У., Холден К., Батлер Д. Универсальные принципы дизайна. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.: ил.; Мартин Б., Ханнингтон Б. Универсальные методы дизайна. – СПб.: Питер, 2014. – 208 с.: ил].

Метод – способ мышления. Мозг работает постоянно, что для него естественное состояние, кроме отдельных ситуаций. Постоянно идёт невидимая подспудная работа, дающая результат как бы случайно. На деле случайность – результат невидной работы мозга. За безотчётностью – неощущаемая сознанием деятельность, соединяющая немислимые пересечения факторов, опытов, знаний, установок. Ресурсы мозга велики: утверждают, что только в 2017 г. мощность всех компьютеров мира сравнилась с мощностью мозга одного человека [подробнее: <http://globalscience.ru/article/read/19145/>; <https://www.popmech.ru/technologies/53343-po-obrazu-i-podobiyu-mamontov/>].

ДИЗАЙН И ОБЩЕСТВО. СПЕЦИФИКА ДИЗАЙНА 1990-х – 2010-х гг.

В 1990-е гг. Россия стала первой страной, попавшей в ярмо глобализации, в формате которой началась монетизация человеческих отношений, американизация мира. Экономика развивалась по преимуществу как финансовая, а единственными критериями становились прибыль и эффективность хозяйствования. Вот что говорил о глобализации и монетизации человеческих отношений один из американских антиглобалистов **Дэвид Кортен**: «*Когда финансовые прибыли растут быстрее, чем производство реальных благ, это явный признак заболевания экономики. Во многих западных странах прибыли в последние два десятилетия росли в два, а то и в три раза быстрее, чем реальная экономика. И, конечно, наибольшую прибыль имеет тот, кто имеет дело с чистыми финансами.*

Для меня тут очень важна и другая сторона дела – растущая монетизация человеческих отношений. Не так давно даже в наиболее развитых странах мира половина взрослого населения работала на благо семьи и общины бесплатно, и это я считаю одним из фундаментальных аспектов здоровой экономики. Сегодня же типичной становится ситуация, когда взрослые члены семьи для поддержания домашнего хозяйства берут по две-три работы. Дети и домашние дела игнорируются или перекадываются на плечи других, за деньги. Как только деньги на все это кончаются, семейная или коммунальная

жизнь распадается» [цитируется по: Искандер Хисамов. Рыночная ересь капитализма // Эксперт. – 2002. – №26, 8 июля, с. 58 – 63. URL: http://expert.ru/expert/2002/26/26ex-korten_37046/].

О включении России в сферу мировой экономики мечтали российские деятели, мучимые ощущением недооценённости и несвободы, которым «советские» правила игры казались «застенками». Обиды советских властных групп совпадали с интересами западных «игроков», которых СССР раздражал мощью (вторая экономика мира) и самостоятельностью. В 1980-е гг. ухудшилась управляемость экономикой и хозяйством. Страна производила 6 млн одних только наименований продукции. Эта гигантская экономика опутывалась нормами и правилами, тормозившими развитие и сковывали инициативу граждан.

После крушения СССР диктат регламентов исчез. Вместе с ним оказался в свободен и дизайн: ВНИИТЭ и его филиалы, система СХКБ. Разрушались предприятия, ставшие объектами приватизации – часто лишь для вложения денег и последующей перепродажи. Отечественные товары были признаны устаревшими, неэффективными, непрогрессивными – неважно, о чём шла речь: о космическом корабле-автомате «Буран» или трикотажном кардигане. Плановая экономика сменилась стихийной, псевдорыночной. Этика самоотдачи и службы высшим интересам – эгоизмом и себялюбием. Насаждалась установка: *«Полюби себя, если не сможешь полюбиться себя – не полюбишь и других»*, это происходило под девизом «ухода от совкового лицемерия и фальши». Несмотря на закреплённую Конституцией РФ 1993 г. модель *«социального государства»*, преобладала идея России как страны, вернувшейся к капитализму и «цивилизованному человечеству». Это был шок для большинства граждан, крушение идей и целей бытия. Менялся социальный строй, и многие люди утрачивали моральную опору. Это была не их страна, не их жизнь. Вспомним ещё раз идеи реформатора послевоенной Германии Людвиг Эрхарда: *«Экономика, которая не работает на всё общество, аморальна и не имеет права на существование»*. В экономике, *«не имеющей права на существование»*, не нашлось места и дизайну. Пришло «декларативное потребление», стайлинг или оформление сообразно вкусам нуворишей, не успевших развиться до культурных кондиций, но прытких, алчных и недалёких.

Но проблема была не только в социально-экономическом разломе. Выяснилось, что наш индустриальный дизайн оказался беспочвенным – не укоренённым в обществе, привычках и предпочтениях народа. Вспомним: он унаследовал от 1920-х гг. и от немецкого социального дизайна (прежде всего, дизайна ГДР) общественное мессианство. Немецкий дизайн опирался на протестантскую этику (*«простота, чистота, бытовая скромность, усердный труд, надёжность и качество»*). И российский был клоном восточно-немецкого («Баухауз» это Восточная Германия). Очевидно, что российский культурный тип отличается от немецкого – **кинестетизмом** (в отличие от рационально-достиженческого англо-саксонского), **традиционализмом**, близостью к декоративному искусству, **художественно-образным мышлением**, природностью и провинциализмом в культурном смысле, а не оценочном. Наш «государственный» дизайн развивался как часть космополитичной культуры и не заботился о поиске идентичности. Вспоминается одна из древних презентаций Уральского филиала ВНИИТЭ: это был проект столовой. В обосновании проектной концепции использовались тарелка и вообще круглые формы. Дальше этот пустой и случайный модуль переносился на пространство: решётки ограждения, столы, подносы, декоративные нашлапки и тому подобные прелести. Получалось наивно, ужасно скучно, выхолощено.

Отечественная продукция в 1990-х быстро заменилась иноземной, которая была веселей, разнообразней формами, материалами, идеями и функциями. Возник новый тип дизайна – личного интерьера, который создавался приглашённым специалистом, а выражал внутренний мир заказчика. Общениа со странами мира вроде облегчились, исчез идеологизм в контактах с зарубежьем. Разбогатевшие граждане заказывали проекты своих логовищ иностранным архитекторам, дизайнерам, охотно выдававшим русским партнёрам

странные решения. В одном из итальянских проектов для тюменских клиентов лестница на 2-й этаж предполагалась без ограждений (при наличии в семье ребёнка); а в планировке столовой предложен невозможный у нас ход: пока хозяин обедает в столовой с гостем, новый гость ждёт приёма за отдельным столиком при входе в ту же гостиную.

Основную проектную часть исполняли российские архитекторы и дизайнеры. Были случаи (о которых не вправе говорить публично – великие знаменитости), когда заказы поручались иностранным «специалистам», а на деле проектировали российские ребята. Хорошим опытом проектирования интерьеров владели лишь художники кино, у них-то был блестящий и богатый опыт, но мало пригодный для новых амбиций.

Уже с середины 1990-х гг. сложились несколько векторов интерьера: условно-функционалистское направление, представленное **Антоном Надточием и Верой Бутко**, создавшими в Москве в 1994 г. архитектурное бюро «**Атриум**» [<http://atrium.ru/ru/projects/#/category/favorite>] и небольшое число им подобных. Их интерьеры, как и часть архитектуры тех лет создавались как неофункциональные: с открытыми кирпичными стенками, металлом и стеклом, с простыми техницистскими светильниками. Своим аскетизмом и «европейскостью» они выделялись на общем фоне. Интерьер стал делом архитекторов – дизайнеров интерьера «я сам дизайнер, просто рисовать не умею» не было. Но и дизайнеры, и архитекторы, выпускники технических вузов и художественно-графических школ легко впадали в ересь, удовлетворяя все хотелки нуворишей. Мало кто готов был работать с заказчиками, выявляя подлинные потребности и предпочтения, углубляться в тенденции и опыт, объяснять жизнь форм. Наши проектные школы, несмотря на уверенные названия (академия, университет), была ремесленной, а не университетской, не гуманитарной, а технократической. «Человеческий фактор», доминирующий в искусстве интерьера, был закрыт для большинства. В этой же, близкой функционализму, стилистике проектировались объекты дизайнеров «Биоинъектора» Владислава Савинкина и Владимира Кузьмина, пока авторы не ушли в небарочные метафоры.

Героями интерьерной битвы стали авторы, понимавшие жилое пространство как поле для самовыражения и неукротимой экспрессии. У богатеющей публики сложился запрос на демонстрацию статуса и материального богатства.

Дизайнеры прежнего времени находились в стрессе, потихоньку приспособившись к реалиям. Новые авторы, по-быстро освоившие компьютер и 3D Max, правили бал. Так, **Владимир Фуражкин** (1958, Красноярск), инженер-строитель, выпускник Московского института инженеров железнодорожного транспорта, стал одним из успешных лидеров «нового роскоши». В 1991 г. он создал компания ООО «Компания В. Фуражкина», позже начал выпуск собственного журнала «**Антураж**». «Богатые» интерьеры в стилистике XVII – XVIII вв. чрезвычайно импонировали заказчикам, душу и карманы которых жёг избыток денег, требовавших специфической интерьерной и статусной демонстрации. Вот как выглядит акафист В. Фуражкину с православного сайта: *«Известный архитектор и дизайнер Владимир Николаевич Фуражкин очень редко отвечает на вопросы журналистов, ибо считает: все его ответы заключены в тех домах, что он строит, и в тех интерьерах, которые он создаёт.*

Владимир Николаевич родился в Сибири, в Красноярске, учился в Московском институте инженеров транспорта. Потом была и своя компания, и журнал «Антураж», пришла и популярность. Впрочем, всегда было и остаётся другое: большой и постоянный труд. Все-таки, будучи по специальности инженером-строителем, Владимир Фуражкин признался, что для занятий архитектурой и дизайном ему нужно было много заниматься самообразованием. Я спросила его, а было ли такое обстоятельство в его жизни или некий факт, который развернул его в сторону архитектуры? Он сказал: «Когда я приехал в Москву, то как-то пришлось увидеть очень красивый дачный дом артиста Большого театра. Я подумал: «Я тоже когда-нибудь такой же себе построю». Пришёл домой,

попробовал порисовать... Ничего не получилось. Это и был первый толчок – желание делать реальное и красивое. Через десять лет у меня это получилось».

Ниже автор интервью приводит кредо Фуражкина: *«Работать в жанре классической эклектики одновременно и легко, и сложно. Легко, потому что ничего не надо изобретать, необходим только профессионализм, чтобы грамотно использовать накопленный веками материал. Но лёгкость эта мнимая. Ведь из классических форм нужно создать среду живую и современную, а это очень непросто».*

С журналом «Антураж» тоже было непросто – некоторые номера отличались обложкой, но не начинкой – специфический в издательском деле ход.

Интерьер, как вообще средовой дизайн 1990-х гг. – царство эклектики, украшенности, мешанина форм и стилей, в которой ценятся вес, масштаб, множественность, роскошь, избыток. В одном из салонов тех лет «менеджеры» показали мне интерьер, забитый наподобие склада множеством разномастных (современных) предметов (ещё одно всенародное имя заказчика). Казалось, нужно радоваться, что клиент вывез товара на \$400 тыс. Естественное для российской культуры чувство меры требовало от работников салона мщения, вопреки правилам коммерции – хотя бы на уровне осуждения излишеств и варварского вкуса. К началу нулевых годов ситуации начнёт выравниваться: оформятся сначала в узких слоях, потом будут шириться представления о хорошем и плохом. Люди в поездках по странам и весям наберутся современной культуры. Вроде это долгий естественный процесс, но что такое десять лет для истории?!

Самой успешной частью дизайна 1990-х – 2000-х гг. стало дизайн-образование, развившееся быстро. Точное число школ дизайна неизвестно. До «капитализма» было от 47 до 52 художественно-оформительских и дизайнерских средних школ, несколько высших. К ним добавились не менее 150 новых школ, открывавшихся во всех вузах подряд – от финансовых и стальных до педагогических. Шёл процесс естественной конкуренции методов. Если учесть все формы и уровни дизайн-образования, кафедры, отделения, то можно предположить, что число школ близилось к 700. При таком бурном росте можно было бы надеяться на всплеск дизайна в стране. Если бы! Дизайну обучают архитекторы, не нашедшие себя в профессии, учителя рисования и черчения общеобразовательных школ, специалисты по компьютерной графике и «художники», ничем себя не проявившие ни в дизайне, ни в искусстве. Минобрнауки, впрочем, запросто принявшее все новые школы, решило обуздать процесс, взяв на себя функции эксперта и судьи, разработав очередные нормативы.

[Как-то спросил у эксперта: – Вы много ездите. Попадались ли откровенно слабые вузы? – Да, конечно (следуют названия вузов). Но экспертиза идёт по формальным критериям, а они ничего не выявляют]

В сознании остаются лидерами московская строгановская школа и питерская штиглицевская. Они прошли через разрушение 1990-х гг., не освободились до конца от элементов распада – это относится к кадрам, материальным условиям. Прекрасная производственная база ЛВХПУ в 1990-е гг. оказалась недоступной для студентов, а отчасти была разорена. Вообще разруха стала приметой всех вузов. Заметно развилась более мобильная Уральский архитектурно-художественный университет (Екатеринбург), собравший все виды архитектуры и дизайна. Вопреки испытаниям, недофинансированию, обветшавшей базе и недавнему присоединению, остаётся лидером омская школа дизайна костюма, держащаяся на плечах нескольких энтузиастов. Позитивные ростки есть во многих школах – Новосибирске и Ростове, Казани и Благовещенске, Барнауле и Красноярске...

Все вузы понесли потери из-за жёсткого формально-нормативного управления. Педагоги с тоской вспоминают вузовскую науку, заменённую профформой; мастерские, исчезнувшие повсеместно, вспоминают учившихся студентов, которые сегодня больше зарабатывают на обучение. Но главное – ужасаются пустым формальным отношением к

проектному образованию со стороны малоподходящих управленцев, мыслящих директивами и самосохранением – управление по-прежнему остаётся синекурой. И программы образования, и его задачи с 1990-х гг. панически меняются, то появляется нацеленность на европейскость, то ориентация на рынок и предпринимательство, то углубление в «академичность»... Исчезнувший в 1990-е гг. промышленный дизайн понемногу оживает в 2000-е – 2010-е гг. Шумные разработки вроде трамвая «R1» («Россия-1», А. Маслов, Уралвагонзавод) свидетельствуют, насколько морально раздавлен наш дизайн: мечется между амбицией быть «круче всех» и при этом идти вслед за «цивилизованным миром», между вторичностью и «художнической» установкой на самопоказ.

Для промышленных дизайнеров главной всё ещё является дорога в Европу, в известные компании, где их «русская натура» используется в проектировании продуктов «для России», в командах и на умеренных условиях. Вопреки всем внешним факторам более-менее хорошо себя чувствовал в этот период дизайн костюма, правда, приходится прятаться за легендами об иностранном гражданстве: русские потребители воспитаны десятилетиями официальной пропаганды, смачно показывавшей западное загнивание и выработавшей неистребимое чувство приоритета евро-американского мира.

Очень неплохо встраивался в новую жизнь графический дизайн, в первую очередь дислоцировавшийся в Москве (80% денег России) и во всех областных столицах, как правило, вокруг учебных заведений. Ситуация с российским дизайном 1990-х – 2010-х гг. еще ждёт исследований. Небольшой обзор сделал Юрий Владимирович Назаров в выступлении на круглом столе в Тюмени, частично материал воспроизведён на сайте «Искусство и дизайн Тюмени», на котором много публикаций о работах российских студентов-дизайнеров и молодых дизайнеров [Назаров Ю.В. Неизвестный русский дизайн. Выступление на круглом столе «Идеальный дизайн» XII Всероссийского фестиваля архитектуры, дизайна, искусств: <http://art-design.tyumen.ru/doc/20101223/circletab.pdf>]. Как и в послевоенные годы, развитие промышленного дизайна начинается с транспорта – автомобильного, автобусного. Неверие в отечественных мастеров и управленцев привело к приглашению европейских персон: Бу Андерсона и других, к передаче АвтоВАЗа в руки французской госкомпании «Рено». Недоверие к «своим» – вирус ново-старого российского менеджмента. Вопреки ему группа «ГАЗ» выбросила на рынок огромное число современных моделей внедорожников, грузовых и пассажирских автомобилей, электробусов. Сегодня «ГАЗ» объединил марки ЛиАЗ, ПАЗ, УРАЛ. Новый средовой, промышленный дизайн, дизайн костюма начались.

РОССИЙСКИЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Основным видом дизайна, первым массово вышедшим в жизнь (а не только в образование), стал графический дизайн: дизайн книги, плаката, телевизионный, мультимедийный – коммуникативный, если пользоваться новой терминологией. Он понимается ещё не как «коммуникативный», а как система отдельных жанров, использующих проектные средства. Он не только сформировался «снизу» в 1960-е гг., но и сохранился и развился во время распада.

Графический дизайн последовательно отказывался от иллюстративных и декоративных подходов в пользу проектно понимаемых журнала, книги, газеты, плаката, прикладной графики, медиа. Эту эволюцию прошли в 1970-е гг. **Михаил Аникст, Борис Трофимов, Максим Жуков, Аркадий Троянker, Валерий Акопов, Константин Старцев** и многие другие. Журнал «РТ» (Радио и телевидение) стал первым проектным феноменом 1965 – 1966 гг. С тех пор сложилось не одно поколение дизайнеров-графиков [тезаурус молодых дизайнеров-графиков: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/luchshie-dizajneri-rossii-metry-i-smena-52481/>]. К сожалению, он нерепрезентативен. Представлены как бы «лучшие», но во многих городах работают не менее, даже более «лучшие», просто нет общероссийской информации и критики].

Старшее поколение стояло за спиной молодых графических дизайнеров нового времени, из широко известных сегодня на национальном уровне я бы ограничился двумя именами: **Елены Китаевой** (о ней ниже) и **Владимира Чайки** [в 1982 г. закончил МВХПУ / Строгановку. Состоит в AGI (Alliance Graphique Internationale). Участник и лауреат многочисленных международных конкурсов и выставок. Работы находятся в Музее плаката в Осаке, Художественном музее Денвера, в ГТГ и ГРМ. Работы В. Чайки отличаются лаконизмом, остротой проектных решений]. Хотя именно в новейшее время, когда полиграфические технологии и публикаторские свободы повсеместны, появились условия для формирования современного и разнообразного российского графического дизайна.

Переход от классической полиграфии и дизайна к современным методам, в том числе опирающимся на коммуникативные технологии, не случился одномоментно. Небольшой круг отечественных графиков на рубеже 1960-х – 1970-х гг. «проторил дорогу» новым средствам и приёмам.

Одним из первых был **Михаил Александрович Аникст** (1938, Москва), дизайнер книги. В 1962 г. он окончил Московский архитектурный институт. Поработав в Мосгипротрансе, в 1965 г. Аникст начинает заниматься книжным дизайном с книги своего отца – филолога-энциклопедиста, яркого исследователя европейской и преимущественно английской литературы **Александра Абрамовича Аникста** (доктора Бирмингемского университета) «**Театр эпохи Шекспира**» (1965). Дальше следуют работы, замеченные «книжниками», несколько лет сценографии (более десятка работ для Таганки, Моссовета, Сатиры).

В 1970-е гг. Аникст возвращается к книге, это его золотое время. Он становится мастером, увенчанным российскими и мировыми наградами: книга В.В. Лазурского «**Альд и альдины**» (1977, премия конкурса «Самая красивая книга мира»); исследование М.В. Алпатова «**Художественные проблемы итальянского Возрождения**» (1976, серебряная медаль международного конкурса книжных графиков «ИБА 77»); огромный роскошный альбом В.С. Турчина «**...в окрестностях Москвы**» (1979, диплом второй степени Всесоюзного конкурса искусства книги; первая премия конкурса «Самая красивая книга Австрии»; золотая медаль конкурса «Самая красивая книга мира»). Это только начало признания М. Аникста [Подробнее о Михаиле Аниксте: Сергей Серов. Мои дизайнеры. – М.: Линия График!, 2002, с. 54 - 64].

Стилистика работ Аникста характеризуется не «роскошью» и внешним лоском, а дизайнерским остроумием, экспериментами, экспрессивным использованием материалов, шрифтов, вариантов «слоистости» и ручной работы: книга В.Р. Аронова «**Эльзевиры**» (1975) – изысканный блок бумаги «верже», интересный сложной вёрсткой, вклейками, разворотами. В скромном приглашении на 5-е заседание профессионального клуба применены рукописные шрифты, разворот с вклейкой и эффектной бумагой. Массивный альбом «**...в окрестностях Москвы**» (1979) восхищает чувством книжного блока, изумительными стилизациями во второй книжке – небольшом приложении на бумаге верже, сложными панорамами-вклейками и воплощённой мечтой о книге – произведении искусства, книге-шедевре, которую хочется иметь в своей библиотеке: материал, вёрстка, шрифты, не говоря об информационной начинке, штапельных крышках, вклейках – любовное использование всех приёмов книжного искусства.

Остроумно в духе конструктивизма свёрстан каталог «2-Стенберг-2», двусторонний, со специально разработанными объемными шрифтами-кубиками, соответствующий «кубизму» обрезке книжного блока. Изумительно точно сделан **Каталог выставки В.Е. Татлина** (1977). Он смакетирован в удлинённом «высокодуховном» карманном формате, популярном в 1970-е – 1980-е гг. Аникст разработал скелетный конструктивный шрифт, использовал поворотную симметрию, вклеил в карманы факсимиле записных книжек Татлина. Блок текста и фотографий завернут в красный картон. Уникальность идеи, макета, комбинаций материалов, врезок и вырубков и т.п. отличает лучшие работы М. Аникста. С

1990 г. график живет и работает в Лондоне, любимом городе отца-шекспироведа. Бегство в Лондон, как следует из воспоминаний М.А. Аникста, было вынужденным и трудным, на грани отчаяния. Побег от распада, безработицы в 1990-е гг. совершил не один Аникст.

Ещё один дизайнер-беглец – **Максим Георгиевич Жуков** (Москва, 1943), полиграфист. В 1965 г. он окончил обычный для графиков Московский полиграфический институт. Был художественным редактором издательства «Искусство» (1962–1977). Жуков собрал вокруг издательства ярких экспериментаторов, бывших не только художниками книги, но и дизайнерами, прикладными графиками (эта команда создала один из ярчайших графических стилей «Проммашэкспорта»). Позже стал главным художником издательства «Мир» (1981–1986), и сразу на высокий качественный уровень рванула продукция «Мира». В 1984–1985 гг. недолго преподавал в Московском полиграфическом институте. Дальнейшая судьба М. Жукова продолжилась за пределами СССР: заведующий **дизайн-студией секретариата ООН** в Нью-Йорке (1977–1981, 1986–2003); автор книг «**Typography: Polyglot**» (1991, в соавторстве с Джорджем Садеком), «**On the Peculiarities of Cyrillic Letterforms**» (1996), «**Typographia Polyglotta**» (1997). В 1977 – 1981 гг. и с 1986 г. живёт в Нью-Йорке, преподаёт в известном **Институте «Парсонс и Купер Юнион»**. Стилль Жукова – это чистый чёрно-красно-белый конструктивизм, работа со шрифтами, в том числе разработка собственных гарнитур. Минимум изобразительности и максимум экспрессии благодаря компоновке шрифтов, векторов композиции, масштабу элементов.

Борис Владимирович Трофимов (Москва, 1940) окончил Московский полиграфический институт двумя годами позже, в 1967 г. Но он из той же команды дизайнеров книги и прикладной графики, такой же широкопрофильный мастер поколения Аникста и Жукова, некоторые работы они и делали совместно. Б.В. Трофимов – мастер, ушедший из классической типографики в дизайн, чтобы в какой-то момент творческой эволюции соединить классическое искусство книги с новыми приёмами и проводить эту линию в собственном творчестве и преподавании. Именно в преподавании, разрабатывая новые задачи для студентов, ориентированные на практику, он пришёл к «чисто русскому» заданию – делать графические композиции на основе ассоциаций на происходящее вокруг: пожар на телебашне, кусок среды, впечатление от «куска жизни» – всё становится темой композиций и основой шрифтовой графики.

У Б.В. Трофимова множество работ, которые изначально становятся классикой, интегрируют старое и новое, традицию и инновацию, например, «**Аромат книжного переплёта**» (2008). Книга чрезвычайно насыщена слоями ассоциаций и приёмами дизайна. «**Ювелирный театр Максима Вознесенского**» (2008), альбом, сочетающий приёмы фрагментирования композиции и ретроиздание, роскошь позолоты и точную подачу информации, высокое качество ощущения «книжного вещества». Отчасти альбом – коллективный труд, если иметь ввиду «специальные» фотографии Владимира Клавихо. Серия «**Шесть из тридцати. Великие шрифты**» (2007) – идеальное пособие для всех, обучающихся книжному искусству. Как истинные гении и классики, Борис Владимирович скромн, открыт, остроумен и деликатен. Эти человеческие качества проявляются в разнообразных его проектах – больших и малых: в остроумном графическом стиле спектакля «**Горе от ума**», созданном «**Театральным товариществом 814**» **Олега Меньшикова** (1998). В состав разработки входил большой перечень элементов: от программ, плакатов, билетов, театральных вееров и масок до упаковки видеокассет. Трофимов соединил в решении классические шрифты англ и гелветику, равновесную вёрстку, флажок и первёртыши букв, в какой-то мере связавшие время пьесы Грибоедова и современность, известный текст и «перевёрнутость» событий знаменитой пьесы. В различных ресурсах отмечаются особенности постановки, имена актёров – всё, кроме работы Б.В. Трофимова, как у нас принято, к сожалению. Его имя даже не упоминается, что говорит об отношении к дизайну и его месте в нашей культуре. Увы, не доросли.

Б.В. Трофимов организатор дизайн-акций и клуба «**Футура**» (1995, совместно с С. Трофимовым). В выпусках сборников «**Футура-клуб**» реальность раскрывается и «наслаивается» виртуальными решениями дизайнера. Он – основатель **Высшей академической школы графического дизайна** (совместно с С.И. Серовым) и руководитель авторских творческих мастерских (с 1997), яркий классик и создатель современного российского графического дизайна.



Аркадий Товиевич Троянker (1937, Москва) – ещё один из золотой плеяды 1960-х гг., работает в книжном и журнальном дизайне. В 1964 г. окончил Московский полиграфический институт. В 1977 – 1981 гг. был художественным руководителем отдела оформления упаковки детской игрушки комбината «**Огонёк**». В 1981 – 1989 гг. работал главным художником издательства «**Книга**», которое в эти годы выпустило огромное число блестящих, самобытных с проектной точки зрения изданий. Это подтверждает принципиальное значение высокого профессионала в качестве творческого руководителя. Сегодня сложно оценивать былые финансовые достижения издательства «Книга», в особенности применительно к экономике Советского Союза, где перед просветительскими проектами коммерческие задачи и не ставились. Но в 1980-е гг. издательство Троянкера выдавало продукцию, преумножившую культуру. После, в 1995 – 2001 гг. он был арт-директором журналов «**Итоги**», «**Еженедельного журнала**» (2002–2003), издательств «**Дейч**» (2004–2005) и «**Анатолия**» (с 2005). Одной из самых зампоминающихся работ Троянкера стал сборник «**Русская тетаральная пародия XIX – начала XX века**» (1976). Книга соединила огромный фактический материал (составитель М.Я. Поляков). Троянker не только аккуратно интегрировал текст с аутентичной графикой, но деликатно и с иронией провёл её от одной крышкик через титулы, форзацы, шмуцы до другой, настроив читателя на доброжелательный лад и превратив в шедевр самобытной авторской игры. В 2004 г. А.Т. Троянker спроектировал книгу знаменитого коллеги **Юрия Борисовича Соловьёва** «**Моя жизнь в дизайне**», изданную небольшим тиражом в 1200 экземпляров Союзом дизайнеров России.



Игорь Борисович Березовский (1942, Омск – 2007, Москва), рано ушедший дизайнер-график, поп-артист, экспериментатор. Сфера его экспериментов – графический коллаж, фотография, шелкография. Он не получил систематического образования, но в 1967 г. оказался во ВНИИТЭ, в центре поисков и окружении ярких пионеров «второго отечественного дизайна». Его работы 1960 – 1970 гг. в какой-то мере маргинальный слой графического дизайна (а также выставочного дизайна – он сотрудничал с Сенежом).



И. Березовский, 1986. Лето в городе. Фотобумага, анилины. Справа – «made in», 1978. Картон, гуашь, пастель

Предмет занятий – принты, графика, исполненная в полуручном и малотиражном формате: открытки, небольшие тиражи плакатов (вроде «**Предметный мир в объективе фотографа**»). В докомпьютерную эпоху использовал все приёмы, на которых строится «фотошоп»: изогелию и соляризацию, многослойную шелкографию (в этом переключка с печатниками поп-артистами), фотоэффекты с последующей докраской и коллажом. Его работы часто носят станковый характер, предметная среда превращается в близкий нам, но фантастически интересный мир.

К следующему поколению дизайнеров-графиков принадлежит **Елена Николаевна Китаева** – российская художница, дизайнер, главный дизайнер телеканала «Культура». Это поколение в большей мере медиализировано. Китаева как раз стала «дизайнером миллионов», так как именно медиадизайн легко входит в каждый дом, да ещё по всему миру. Она родилась в Иваново, окончила Театрально-художественный институт (Академию

художеств) в Минске: художественно-промышленный факультет по специальности «дизайн». В 1992–1994 гг. – главный художник Большого Академического театра оперы и балета в Минске, 1995–1996 гг. – арт-директор «РА Премьер СВ», в 1996–1998 гг. – дизайнер телекомпании НТВ. С 1993 г. главный художник «Художественного журнала», с 1998 г. – главный дизайнер телеканала «Культура».

Самый известный современный российский дизайнер, Елена Китаева – лауреат конкурсов дизайна и участница выставок в Париже, Лондоне, Москве, Перми, Тайбее, Лахти, Варшаве, Брно и др., автор не только восхитительных работ для телеканалов НТВ, Культура, но и проектов «**Новые русские деньги**» (1996), выставки «**Тройка. Китаева. Логвин. Чайка**» (1998, совместно с А. Логвиным и В. Чайкой в Duo Dojima Gallery, Осака), выставки объектов «**Завтрак. Обед. Ужин**» (2011, Пермь, Москва), графического стиля **Пермского театра оперы и балета** (2012). Основное занятие – телевизионная (коммуникативная) графика.



Мы составили текст из разных интервью, он даёт представление о философии её работы, но в большой мере и современного коммуникативного дизайна: *«У меня даже не было вопроса, кем я хочу стать: космонавтом или садовником. Профессия [дизайнера] не публичная, она и коллективная. Можно делать карьеру знаменитого дизайнера, но это редкий случай, не очень много дизайнеров добиваются такого знания их по фамилии – Старк, какой-нибудь Марк Ньюсон. Мы их знаем, но их, конечно, единицы. Человек, который идёт в эту профессию, понимает: он будет делать тайную, чёрную работу, гармонизировать мир, так я это называю, приводить его в порядок, граничить. Практикующий дизайнер настолько поглощён этим занятием, что я не понимаю, как некоторые дизайнеры ещё успевают преподавать в университетах, школах, потому что на это совсем нет времени».*

«У меня были крепкие пятерки по рисунку, а живопись меня не интересовала. И была всегда пятерка по скульптуре! Я была любимицей преподавателей по скульптуре, лепила гигантские головы...! Ты знаешь, как сбивают первую форму – палкой от ящичка? Отрываешь палку, от ящичка из-под водки – и вперед... С тех пор я скульптуру знаю, люблю. Многие ведь не понимают скульптуру, как она работает в пространстве! Для большинства людей это тайна, покрытая мраком. А я наоборот этим жанром искусства увлечена. Собрала огромный материал визуальный – куда езжу, везде смотрю скульптуру, фиксирую, снимаю».

«Выходя за двери института, ты не только заканчиваешь что-то, наоборот, находишься на первой, самой маленькой ступеньке большого творчества, потому что все знания, которые были даны – это такой маленький бэкграунд, что последующее «насматривание», совершенствование зависит от самого профессионала. Нельзя пенять, что тебя плохо поучили – потом всё зависит от тебя».

«... У меня сейчас такой период в жизни – жёсткая практика... Сложилось так, что чувствуешь себя художником и понимаешь что... не существует, например,

вдохновения, творческого кризиса. Это не то чтобы понятия преодолеваемые, а если надо – значит, надо делать. ... Уровень проекта нужно закладывать, чтобы как можно меньше людей могли испортить проект в будущем».

«Я исповедую формализм в чистом виде. Для меня главное форма, а не содержание. Потому что некие смыслы, тезисы, которые ты хочешь донести, формируются где-то глубоко, на подсознательном уровне. Нет нужды их проговаривать. Они просто не словооблекаемы».

«Я вряд ли позиционирую себя как человек, который работает в супрематическом стиле. Истоки этого очень обширны, глубоки. И тут видна моя большая любовь к конструктивизму, футуризму».

«... У французов, как ни странно, минимализм царит... сразу видно, искушённые эстеты делают телевизионную картинку. Они как эталон. Любой художник насматривает, оглядывается, «творчески» использует созданное другими. Уже давно, в наш век постмодернизма, известно, что в искусстве особо нового не изобретешь, а вот лавировать между уже созданным вполне допустимо. Цитаты, намеки...»

«Ярко – это от бедности, были бы бюджеты, сделала бы интеллигентно, дорого. В начале этого года мне говорят на канале, денег нет, как всегда, 3 рубля и я сделала 3 студии в одних и тех же границах ценовых, почти из одних и тех же материалов, принципиально подчеркнув демократичность этих материалов и единство цветов. В итоге получилась жесткая корпоративная эстетика, порядок и красота. Иногда ограничения ведут к успеху».

«... Как можно не придавать значение типографике? Молодое поколение дизайнеров «легко» как-то к этому относится, вообще не придает значение буквам! Нет священного трепета. ... Они не понимают, что незнание основ типографики – это профнепригодность человека. А для них это какое-то цепляние, придирки, они этого в принципе не понимают. Как можно в этом святом месте нагадить? Как можно своими грязными руками прикасаться к святому – прекрасным буквам?»

«Какое количество «умных» скульптур, рук с книгами, со всякими атрибутами наук и искусств: циркулем, глобусами, астролябиями – такой большой скульптурный мир, не ведомый никому! В Италии, например, искусство везде, во всем, мимо несутся толпы людей, и так хочется застыть, задрать голову и насладиться красотой. И не на какой-нибудь раскрученный фонтан, а такие вещи, специальные, которые не на виду, в какой-нибудь нише, затаенные».



«Ранний» проект студии телеканала «Культура»

«Я даже модный канал «Fashion TV» смотрю как профессионал – как устроены мастерские дизайнеров, сколько людей работает... К одежде у меня подход утилитарный».

Главное, чтобы фигура была правильно подана. Люблю минимализм. Обожаю Balenciaga – такую формованную одежду, в которой сразу становишься куколкой. Иногда мне бывает страшно надеть какую-то брендовую вещь, которая сразу узнается. Поэтому я, например, никогда не куплю сумочку «Louis Vuitton». С другой стороны, все это очень качественные вещи, идеально скроенные, поэтому от каких-нибудь юбочек «Gucci» всё равно никуда не денешься. Наверное, можно самовыражаться посредством одежды, как Энди Уорхол. Но мода так опасна! Снимешься в ультрамодном наряде, а через два года посмотришь – боже, какой колхоз! Уж лучше «вечные» вещи. Я люблю иногда вытащить какую-нибудь вещь пятилетней давности – во-первых, проверяю, как я сохранилась, а потом смотрю фасон, шов, ткань и вижу, что сделано-то не хуже, а чаще всего лучше, чем сейчас.

... Я люблю пластик, стекло, металл. Вещи из этих материалов, даже 30–40-х годов, как-то язык не поворачивается назвать антиквариатом. У меня дома происходит постоянная зачистка пространства. Как только вижу малейшие признаки захламления, я готова браться за огнёмёт. У меня есть любимый стол, любимый стул, шкаф – всё, больше мне ничего не нужно.

... Я больше смотрю на то, как человек себя сохранил, а не на то, сколько денег он потратил на костюм. Мне гораздо интереснее, сколько раз в неделю он посещает спортзал. Это ведь тоже стиль. В этом проявляются очень интересные человеческие качества: мера, воля. Глядя на директора Пушкинского музея Ирину Александровну Антонову, я всегда поражаюсь – какой твердый голос, ясный ум, какой мотор! Вот потрясающе стильная женщина! А те, кто думает, что стиль – это одежда, пусть балуются. Это тоже не плохо».

«... Знаю, что есть такое мнение, что я стерва. Но я пришла к выводу, что если идешь на компромиссы, делаешь поблажки, то все равно потом это выливается в проблемы для тебя и для тех, с кем ты на эти компромиссы пошел. Лучшие быть честным в работе и очень требовательным. А вот эти люди, которые все эти сказки рассказывают обо мне, они просто не говорят о предыстории вопроса. Наорала, погоняла, но это только по причине того, что кто-то не сделал свою работу. И не более того.

... У нас всё так сложилось, что мы точно не останемся в истории. Всё очень скучно, неправильно, и нет творческой среды. У нас разошлись и почему-то враждуют графический дизайн с телевизионным. ... Чем выгодно отличается полиграфический дизайн? Берёшь в руки – и ощущаешь: вот предмет. А телевидение в конце концов вещь эфемерная. Но все тяжело работают. Все – чёрные работники дизайнера. У нас такой труд – без аплодисментов, цветов, поклонения. И все равно разобцены. Это плохо. Мне кажется, нужно забыть различия, труд-то всё равно один, какой бы он ни был – дизайн».

«Мне нравится «Арте», общеевропейский канал о культуре, он близок мне по теме. нравятся немецкие каналы. Как-то неожиданно у немецкого телевизионного дизайнера появились большие шансы на первенство. Ведь не скажешь, что немецкий графический дизайн лидирует, а вот телевидение у них очень мощное. Есть такой серьезный канал «Proziben». Продвинутый, крутой канал, где всё учтено, начиная от пуговки ведущей, заканчивая титрами передач. Идеальный. К нему подтягиваются все остальные. Стабильно высокие показатели телевизионного дизайнера у северных европейцев – шведов, норвежцев. У французов телевидение минималистичное, всё в угоду содержанию, не раздражающе грамотно сделано. А самые «сельские» – итальянские каналы. Seriously. Я поразила! И телевидение жутчайшее – непрерывные концерты, шоу, пляски, крики, цыганщина. В Италии великолепный, лучший в мире мебельный дизайн, на телевидении нет этого в помине. Такое впечатление, что итальянские телевизионные дизайнеры и дизайнеры мебели живут в разных странах.

... Я понимаю, что на канале «Культура» ещё очень много ретро, много воспоминаний, отсутствует практически сиюминутная история, тем более

футуристическая. Сейчас меня тянет к такому спокойному академизму, но не в классическом смысле, а в плане: больше спокойности и солидности.

...Мы прошли массу этапов. Сначала делали первые робкие шаги. Хотя, когда я вспоминаю первый год оформления, он, наверное, был более продвинутый, чем сейчас. Там были найдены такие хорошие решения. Если бы взять их и реанимировать, то они были бы актуальны и сегодня. Я помню каждую заставку. Каждый кадр из 24 кадров в секунду – как плакат.

Я считаю, что это трагедия: плакатное искусство загнило на корню. Конечно, у кого-то есть иллюзии, что оно существует, но это иллюзии. Это мёртвое искусство. Всё перешло в коммерческие, банальные рекламные истории. Если какому-то герою ещё придет в голову собрать людей и заставить их делать красивые плакаты, найти спонсоров, напечатать, то это будет золотой памятник самому себе. Раньше эту работу давали театры, теперь театральный плакат превратился в простые афиши, даже не всегда грамотно сверстанные. На Западе тоже не очень хорошая ситуация с плакатами. Везде баннеры, реклама, но есть хотя бы плакаты театральные, проходят какие-то плакатные акции. А у нас все сдались без боя.

... Иногда я захожу в магазин и думаю: господи, когда же это всё продадут? Человечество расточительно. Человек может намного меньше есть, намного меньше потреблять и производить все эти гадости. Сезонные направления в моде диванов напрягают. Диван можно купить и всю жизнь на нём лежать. В викторианскую эпоху кому-нибудь приходило в башку на протяжении жизни раз десять диван сменить? ...Всего нужно намного меньше, от многого можно отказаться. Я знаю точно, как дизайнер, что не нужно столько пальто такого цвета. Не нужно столько упаковок. Не нужно выпускать огромные тиражи дурацких книг. Нет насущной необходимости в 150 журналах для мужчин и журналах для женщин: "Лиза", "Настя", "Паша", "Саша", "Даша". Меня это угнетает со страшной силой. Но это не старческие брюзжания. Просто усталость от этого бессмысленного мельтешения.

Я иногда думаю, как же всё-таки со временем нам не повезло! Всё бежит, несётся куда-то, а люди когда-то совсем недавно могли несколько лет резать камни, как Вера Мухина. Фантастическое было время. У меня проблема непринадлежности самой себе. Но у меня есть мечта! Как бы я хотела отдохнуть? В своей квартире. У меня здесь всегда солнце – с раннего утра до позднего вечера, от восхода до заката я его вижу. Я все время нахожусь в облаках, потому что это высоко, восьмой этаж. Я бы сидела за столом, смотрела бы в окно и листала книги по искусству... Вот такая мечта. Я уже близка к своей мечте».





Проект новых русских денег. 1996.

«...Не принимаю снобистского деления на «высокий» и «низкий» дизайн – мол, плакаты и книги делать хорошо, а проектировать унитазаы или оформлять вечерний выпуск новостей плохо и не престижно.

... Само осознание того, где я работаю, диктует определённые условия. Я же не занимаюсь свободным творчеством. Я выполняю некий заказ и, кстати, считаю, что умение качественно ответить на задачу подтверждает подлинный класс дизайнера.

Все происходит на уровне интуиции руководителей каналов. Они говорят: сделайте «тепло», «по-домашнему», «для бабушек» или «строго», «официально» ... А я должна соответствовать...

...Я и до работы на ТВ зарабатывала много, и с деньгами было все нормально. Так что дело тут не в каких-то оглушительных гонорарах... Понимаете, это просто ещё один уровень сложности. С нами работала группа из 40 компьютерных исполнителей: мы выдавали горы эскизов – за год я делала более 6000 заставок, а для каждой заставки нужны десятки рисунков. Весь этот безумный непрекращающийся эфир – работа совсем другая по масштабу, чем проектирование визиток или даже плакатов. Огромные затраты – и финансовые, и умственные – превращаются в прах. Ощущение бессмысленности порой бывает ужасно: если обо всем этом думать, то можно заработать творческую анорексию, когда просто тошнит от работы.

... Меня просто злит, что на Западе мы – «второй сорт». Они там привыкли кого-то эксплуатировать – мексиканцев, турок, поляков, и их бесит полноценность русских, они просто не желают признавать наши таланты. А я вот родилась недалеко от Палеха. Так там искусство прямо из земли прёт. Люди с рождения пристегнуты к искусству цепью...

...В детстве я очень хотела стать заметной – была командиром звездочки, председателем отряда, а сейчас мне, наоборот, хочется быть в одиночестве. Другое дело, что из очень узкого профессионального круга надо выходить и пробовать разное. Я вообще страшно подвижный человек. Мне всё время кажется, что как художник я чего-то не успею, не испытаю. ... Я когда отдыхаю – это похоже на обморок, а всё остальное время работа меня крутит как белку. ... Я вообще приверженец глобального футуризма. Не просто люблю футуристов – Чернихова или там Леонидова – я жадно подпитываюсь от будущего, как некоторые – от прошлого. У меня в голове даже бродят мечты о будущем равенстве народов...

...Изначально в России люди очень тянутся к культуре и искусству. Для нас это святое. Конечно, рекрутировать сюда новых зрителей каким-то образом нужно. Я с этим очень согласна, но на самом деле, представляя аудиторию, я примерно представляю, что

люди понимают, о чём идет речь» [Использованы интервью Сергея Шановича (НТВ), Антона Ореха (Эхо Москвы), Тимофея Асина (Карьера), Светланы Пуховой (кАк)].

ВАРИАНТЫ КОМПОЗИЦИИ ФИРМЕННОГО БЛОКА



Е. Китаева. Фрагменты стиля Пермского театра оперы и балета



Е. Китаева. Скульптурный проект «Завтрак. Обед. Ужин». 2011

Творчество Е. Китаевой, проектный интеллектуализм художника, числящегося «не говорящим», свидетельствуют о потенциале нового российского дизайна. Начиная с журнала «РТ», развитие графического дизайна идёт по нарастающей за счёт большого числа мыслящих региональных дизайнеров. Пожалуй, это единственный вид дизайна, имеющий устойчивые результаты не только в Москве и Санкт-Петербурге, где традиционно развивались книжная и плакатная культуры, но и в большинстве провинциальных центров.

О ТЮМЕНСКОЙ ШКОЛЕ ИСКУССТВ И ДИЗАЙНА. 1974 – 2014 гг.

Есть ли в Тюмени школа искусств и дизайна, нет ли, – такие разговоры идут в Тюмени до сих пор, больше среди людей, редко покидающих кабинеты и не для похода в музей или выставку. Феномен есть, но школа ли? Президент Союза Дизайнеров России **Ю.В. Назаров** не знал о спорах, после поездки в Тюмень в 1997 г. написал в журнале «Дизайн-ревю», а позже в сборнике избранных статей: *«Направляясь впервые в столицу нефтяного края, я с опаской подумывал о том, как придется изворачиваться,*

просматривая заурядные работы студентов и находить утешительные слова для педагогов. Неторопливый провинциальный ритм работы аттестационной комиссии буквально был взорван, лишь начался просмотр учебных работ студентов Тюменского училища искусств. На полных листах ватмана засверкало настоящее искусство и некогда стало думать о вежливых оборотах, откуда-то изнутри сами собой вырвались восторженные слова. И хотелось только одного: еще и еще смотреть и наслаждаться.

Что же за феномен или по-простому редкостное явление породило здесь, за Уралом, подобную высокохудожественную школу. ... Знакомство с работами студентов и преподавателей отделения дизайна явилось самым большим потрясением и сюрпризом минувшего сезона летних командировок.

... Разгадыванию данного незаурядного художественного явления можно посвятить не одну диссертацию, но, делая брифинговый анализ, хочется подчеркнуть, что здесь сработали две культурных составляющих современного дизайна: регионально-этнические корни и высочайшее художественное мастерство» [Ю.В. Назаров. Мэтры, километры, миллиметры; В кн.: Служить российскому дизайну. Том 1. Избранные статьи. – М.: Союз Дизайнеров России, 2008, с. 79].

Не менее комплиментарно оценила школу в 1997 г. **Ирэн Александровна Андреева**, главный искусствовед **Общесоюзного дома моделей одежды** и вице-президент Союза дизайнеров России, человек известный жёсткостью и нелюбезностью своих оценок: «Я была почти во всех школах мира. И везде, где есть академические дисциплины, непонятно их назначение. Они никак не связаны с проектированием. У вас совершенно уникальное явление, поверьте, я знаю, о чём говорю. Ваши работы – законченные произведения искусства. В них нет ничего школярского, это не учебные, а зрелые профессиональные работы. Вы можете гордиться тем, что поставили на поток производство шедевров. Это шедевры для выставки, музея. Это станковые работы, но они работают и на дизайн. Повторю: гордитесь – такого нет ни у кого и нигде».



По совету И.А. Андреевой лучшие рисунки, живопись, проектные работы с 1997 г. передавались в Тюменский музей искусств, положив начало и коллекции дизайна.

В отличие от мировых школ, на российском дизайн-образовании лежала и лежит клеймо вторичности академических опытов. Программы перегружены рисунком и живописью. В средней школе – до 20 часов в неделю, тогда как проекта – 4. В высшей школе пропорции не так шокирующие, но рисунок и живопись занимают больше места, чем проектные дисциплины. Даже в дизайнерской магистратуре сохраняются «академическая живопись» и «академический рисунок» – так нужно разработчикам стандартов, чтобы занять своих педагогов. Страна перетерпит, как обычно. Понятно, что часть школ находит «русский выход» из ситуации, другая – действует по матрицам, спущенным сверху и

дающим антипрофессиональный эффект, тогда как зона свободы невелика. В Тюмени получилось и сообразно правилам, и исключением из них.

Тюменская школа возникла спонтанно. Начнём с того, что в 1974 г. по инициативе выпускницы «репинского» института искусствоведа **Галины Петровны Овчаровой** и благодаря её связям «наверху» в **Тюменском училище искусств** (музыкальном) возникло художественно-оформительское отделение. Инкубатором кадров могли быть только местное отделение Союза художников и Художественный фонд. Большинство мастеров были живописцами, скульпторами, выпускниками художественных училищ и вузов.

Не было внятной матрицы, модели, бизнес-плана или программы, как случается чаще всего не только в России, но и в мире: *«всё мало-мальски самобытное возникает вопреки»* (Томас Манн).

Единственным практикующим дизайнером был **Алексей Степанович Москвин**, выпускник послевоенной «Мухинки». Он помогал советами. Вообще был первым дипломированным интерьерщиком на 270 тысяч тогдашнего населения Тюмени (сегодня 770 тысяч). Ему бы не позволили оставить практику. Во всём, что касалось дизайна, конструирования, опыта работы с материалами и производства была открыта дорога в пустоту. До сих пор в российских вузах нет теоретиков дизайна и философов, не изучается по настоящему история дизайна и ремёсел; нет специалистов многих дисциплин – например, конструкторов, колористов, специалистов по стилю. В роли преподавателей чаще архитекторы, реже – практики дизайна. Проектное – архитектурно-дизайнерское образование не университетское, оно остаётся училищным, ремесленным. Хотя оно сильное, но мало развивающее, оторванное от мировой практики и чрезвычайно малокультурное. Проектировщики, начиная с 1930-х гг. и разделения ВХУТЕМАСа мыслят производственными категориями, поэтажными планами и стилизациями, но не сопереживанием, коммуникациями и поэтикой, без чего конечный продукт напоминает предшествующий или мировые аналоги. Самые передовые проектировщики, как правило, чаще других бывают за границей, что способствует самоуважению и законной гордости.

В Тюмени – городе, быстро росшем перевалочной базой нефтяных дел «Северов», не было достойной и самобытной творческой среды. В сочетании с запущенной инфраструктурой и грязью на многие годы он получил кличку «столицы деревень». Население прирастало за счёт деревень и приезжих из сёл и городов Украины, Башкирии, Азербайджана и России, а также вахтовиков. Это были люди, отчужденные от культуры, искусств, дизайна. В лучшем случае они были образованными технократами.

Время стояло недизайнерское. Страна была наполнена деньгами, на образование отпускалось столько, сколько требовалось, и даже больше. Небольшое училище финансировалось (в современных деньгах) более 500 млн руб. Деньги были, даже оставались в конце года и срочно тратились, хотя училище платило высокие зарплаты – от 125 до 200 тыс руб в месяц в нынешнем масштабе, отчасти финансировало материалы для студентов и экскурсионные практики. На глазах росло материальное благосостояние населения, «материальные» запросы советского общества 1970-х – 1980-х гг. удовлетворялись всё лучше. Моя мама, учитель, говорила: – Жизнь, сына, пошла богатая, но скучная.

На втором месте в иерархии *«растущих материальных и духовных потребностей советских людей»* были культура и искусства. Расцветала преимущественно потребительская культура и мы всё больше попадали в ловушку консьюмеризма с сопутствующими ему коррупцией и алчностью. Художественная жизнь оставалась уделом крупных городов и узкого круга мастеров. Директор тюменского училища З.Г. Сухер объяснял начальникам, когда его критиковали за превышения загрузки педагогов выше нормы в 1,5 ставки: – Единственное чем можно привлечь квалифицированных людей в провинцию – высокой зарплатой. Тогда они смогут бывать в крупных культурных центрах,

быть в курсе событий и творчески расти. Отставали, поскольку руководители были тёртыми перцами, что-то в жизни создавали и понимали причинно-следственную связь.

Удивительно, что ни в одном из городов России, кроме Москвы, Питера, Красноярска не появились вузы «изящных искусств», как иногда называют пластические искусства – лишь институты «культуры», готовившие организаторов художественной самодеятельности, да несколько консерваторий. Правда (как рассказывала свидетель) после портвешка на встрече одного из замминистров культуры с ректорами, у вузов культуры в названиях стала допустимой добавка «и искусств». Впрочем, и эта условность ликвидирована действующим министром российской культуры.

Это проблема, большая проблема России: художественное образование. Вузы Москвы, близкие к министерским и правительственным телам (дети хотят стать художниками), обеспечивают себе привилегии в финансах, наборах профилей. Они формируют появившиеся в 1990-х госстандарты образования. Но в остальной стране образовательные, творческие организации (до появления эффективных менеджеров) пытаются строить региональные искусства и соответствующие школы. Иногда удачно. По моим наблюдениям (опыт 27 крупных городов), с конца 1980-х гг. появились самобытные художники, графики, скульпторы, дизайнеры. Обычно выпускники нескольких ведущих вузов, не прижившиеся в их ареале.

Сложнее ситуация с таким непривычным и не близким русской культуре делом, каким становился во второй половине XX в. Дизайн (так, напомним, с большой буквы его обозвал **Брюс Арчер**, руководитель отдела исследований **RCA**) или проектная культура. В 2005 г. на моей защите в приличном университете раздался голос: – *Вот он говорит про какую-то проектную культуру. Я 20 лет заведу кафедрой культурологии и не знаю никакой проектной культуры* (!)

Тюменская школа создавалась на пустом месте. Её траектория была вынужденной: оставлять на работу собственных выпускников – лаборантами, мастерами, поручать преподавание. Ждать, когда кто-то вернётся после «больших вузов». Сады растут медленно. Постепенно складывался костяк педагогов: преподаватели живописи **Михаил Михайлович Гардубей** (Ужгородское училище), **Евгения Станиславовна Качальская** (Свердловское училище) и **Ольга Фёдоровна Трофимова** (Тюменское училище и Мухинка). Преподаватели проектирования **Николай Сергеевич Макаров** (Тюменское училище), **Николай Павлович Пискулин** (Тюменское училище), **Елена Николаевна Улькина** (Нижний Тагил и Мухинка)... В 2000-е годы придёт другое поколение. Большинство их, как **Антон Евгеньевич Аникин**, прошли местную школу, ставшую с середины 1990-х гг. высшей. Кто-то, как нынешний декан **Наталья Владимировна Крамская**, помимо училища искусств, получили образования вне Тюмени (в случае с Крамской – в Эдинбурге и Лондоне). Общие качества: широта интересов, неприязнь к штампам, интерес к новому. (Большой иллюстративный и текстовый материал на сайте «Искусство и дизайн Тюмени», <http://art-design.tyumen.ru>).

За 1970-е – 1980-е гг. через школу прошло больше 30 преподавателей, пока не сложился коллектив: уезжали замуж, уходили с обидой – разные были причины. Один из «первых», преподаватель шрифта, жаловался, что на такси тратит больше, чем получает за занятия, на которых его не часто замечали. Ситуация напоминала российскую Академию художеств первых десятилетий её образования, когда преподавателей в духе «Алисы в стране чудес» вернее было называть «прОпадавателями». Авторитетов не было, штампы не успели выработаться, остальное приходилось нарабатывать «в процессе».

Об эффекте толкового мастера свидетельствует история с Е.Н. Улькиной. Она появилась впервые на третьем курсе в группе, в которой никто толково не рисовал, несмотря на старания хорошего методически грамотного педагога. У Улькиной студенты ровно и резво зарисовали, да ещё непростой «мутный» слепок с микеланджеловского раба.

Как, почему? Студентка **Т.И.** сказала: «*Всё просто – Елена Николаевна знает, к кому и в какой момент подойти, что сказать*». Всё просто...



Слева – рисунок Константина Крюкова (2009, 6 курс специалитета), бумага, карандаш. Справа рисунок Екатерины Рукиной (2009-10, 3курс бакалавриата). Преподаватель Е.Н. Улькина

Естественно, на педагогов ложилась нагрузка, невыносимая в разделённых на кафедры и профили классических вузах, работающих «по написанному». У Улькиной не только конструктивно рисовали мочёную бумагу и мятый текстиль, нагружая их новыми качествами и эффектами. Её предшествующий опыт был связан с проектированием пульта авианосца «Минск», радиоаппаратуры в Великом Новгороде, работами на КамАЗе. Потому с Еленой Николаевной делали отмывки автомобилей, изучали структуру предметов, выполняли материальные штудии и ключевые метафоры, создавали оп-артовские композиции и проекты светильников – всё то, что развивает творческое мышление и что накопило мировое искусство и дизайн. А это ли не самое важное? Эксперимент, пересечение дисциплин (межпредметность), возможно, и приводили к дилетантизму с точки зрения сложившихся школ, но давали импульс развитию студентов. Некоторые авторские задания со временем уехали в «Репинку» и московский текстильный институт: Е.Н. Улькина и Н.С. Макаров изобрели задание на стыке истории искусств, графической аналитики и творчества: на первом этапе нужно было исследовать классическую работу, далее выявить композиционные и технические приёмы мастера. Заканчивалась работа собственным рисунком «в поэтике» изучаемого автора.

Дизайн в Тюмени (только ли в Тюмени?) был внове, да и в сегодняшней России больше нравится красивое иностранное слово, магическое, как киллер, имидж, хайп, мейнстрим, ворлдскилл... Для посева дизайна в народе проводились выставки вроде «**Школа изобразительного искусства**» (1987) и ей подобные. Всего с 1982 г. их было больше двухсот: что ещё может выявить достоинства и недостатки работ, как не выставка? Показать становилось что: живопись, проекты и графику, плакаты и фотографику, макеты и дипломные разработки, текстиль, батики студентов и педагогов.

В ожидании моды на дизайн предметом занятий были станковые искусства, тем более, что они были и остаются высшей формой реализации человеческого духа и души. Да и зритель любит наслаждаться искусством, а на проекты смотрит с испугом. К началу 1990-х гг. сложилась сильная прикладная школа рисунка (Е.Н. Улькина, О.Ф. Трофимова, Н.С. Макаров) и живописи (М.М. Гардубей, Е.С. Качальская, О.Ф. Трофимова). Свои ласточки появились в разных жанрах. Они позволили в 1982 г. организовать «**Первую выставку**

работ художественного отделения училища искусств» в городском выставочном зале. Диапазон работ сигнализировал об амбициях: сюрреалистическая «археологическая» живопись **Никола Певичарова** (Болгария) и «**Проект Центральной площади Тюмени к празднику Октября**» **Николая Пискулина** с аэростатами, тканевыми растяжками, стихами Маяковского; «экологические» коллажи **Татьяны Латышевой** и эффектный плакат «**Дизайн**» **Юрия Червина**: на синем фоне в серебряной раме фотография яйца с ключиком-заводом; вполне не стыдный и сегодня завиральный дипломный проект того же Никола Певичарова, изысканный **Ирины Овчаровой**, функционалистский Юрия Червина и других; оп-артовские коллажи, плакаты **Елены Муромцевой** «**Нет стилей – есть художники**» (вполне в духе школы), а также живопись, макеты сценографии **Владимира Дудника** и **Бруно Шамберга** и мн. др.



Выставка «Новое искусство Тюмени», 1994. Справа- «Алфавит», 4 курс, преподаватель Н.П. Пискулин.

Несколько «правил» определяли в 1980-е гг. движение школы:

- «многовариантность», вернее, свободное использование любых художественно-образных языков, существовавших в искусствах;
- установка на законченность работ и внутреннюю цельность, на профессионализм;
- свобода дискуссий и экспериментов;
- сосредоточенность на «высоких» задачах искусства;
- единство, по крайней мере, понимание конечной цели и задач.

Коллектив мастеров-преподавателей определял атмосферу учебно-творческой жизни. В классическом вузе это бы не получилось: профессиональная специализация, поточный подход к образованию развёл бы и студентов и педагогов по кафедрам и специализациям, кодам и языкам до вавилонского непонимания, не говоря об общих творческих правилах.

Но школа была маленькой (80 студентов), средне-профессиональной (единый коллектив, без кафедр), и это «варево» 80 студентов среди 10-15 преподавателей в одном котле привело к неожиданному результату, как и практика выставок, как «прокат» лучших работ на совместных выставках преподавателей и студентов, тщательный отбор работ и выразительных приёмов, обсуждения работ...

Между школой и Союзом художников – так сложилось, и это было обоснованно – выстроился невольно карантинный барьер. Попытки мастеров-художников диктовать правила игры, эстетическую программу, стилистику предпринимались. Художники-авторитеты считали отделение своей вотчиной. Отстаивать самостоятельность помогал директор училища – **Зиновий Григорьевич Сухер**. Сегодня таких рисковых руководителей, как З.Г. Сухер уже нет – сплошные милые и послушные зайки. Зиновий Григорьевич не был одномерным, но его содействие было конструктивным, часто на грани риска, ведь отделение дизайна начиналось с персональной мастерской **Гидона Лейбовича Барилкиса**, скоро переехало в подвал художественной школы с двумя комнатами и потопами канализации. Уже в 1979 г. студенты и преподаватели взялись за отделку

долгостроя – нового корпуса училища, принудив неспешных строителей поторопиться и его завершить. Семестр отделение не училось, зато второй семестр работало экстремально.



Николай Пискулин, модель, 1979. Преп. В.П. Овчаров. Справа С.В. Григорьев, Н.С. Макаров, Н.П. Пискулин, 1985. Праздничная абстрактная композиция

Географически школа была провинциальной. Но провинциальность как нелепое сочетание мании величия и уязвлённого самолюбия – не про неё. Для нейтрализации «комплекса неполноценности» и «мании провинциального величия» обзавелись библиотекой, открыли дорогу периодике и реферативным изданиям, создали крупнейшую слайдотеку (20 тысяч диапозитивов). В коллектив пришли собственные выпускники **Сергей Григорьев, Валерий Горбатов, Николай Макаров**, преподававшие проектирование и практику. Поработали монументалист **Всеволод Николаевич Кальнин** (рисунок, живопись, Баку-Харьков), палешанки **Любовь Ярославовна Корноухова** и **Татьяна Сергеевна Тейковцева** (рисунок, живопись); яркая **Валентина Фёдоровна Колесова** (живопись, Иваново), **Марина Иосифовна Гриценко** (технические дисциплины, УралГАХА), **Алевтина Кузьминична Гречина** (живопись, Хабаровск) и многие другие...



Николай Певичаров, фрагмент дипломного проекта, 1979. Вячеслав Сизов, Джаз, 1989

Важна была связка с традицией, но и современными опытами. Частично эту роль выполняли экскурсионные практики, проводившиеся ежегодно в Москве. В группы набивались студенты разных курсов, помимо «нормативного» третьего. Длились практики больше положенного, вместо 8 до 20 дней. И в это время студенты «штурмовали» Третьяковку и ГМИИ, музеи Востока и Бахрушинский, дворцово-парковые ансамбли;

встречались с ведущими мастерами искусств и дизайна. Среди них были, к примеру, великий **Е.А. Розенблюм** (в один из приездов принявший студенческую группу у себя дома на «брюлловской» мебели). Встречи Евгением Абрамовичем происходили ежегодно, а школу долго упрекали в «розенблюмовщине». Студенты «проведывали» живописные мастерские **Т.Г. Назаренко** и **Н.И. Нестеровой**, **А.Т. Зверева** и **Е.А. Струлёва**, **А.Г. Ситникова** и **О.В. Булгаковой**; скульптурную мастерскую **А. Пологовой** и другие.

Не раз удавалось выслушивать назидания остроумного плакатиста, дизайнера, архитектора **Эдуарда Николаевича Дробицкого**. С его подачи возникло увлечение плакатом и метафористикой. Всех и всего не перечислить: выставок, проектных бюро, встреч и визитов, разнообразных впечатлений. Москва тогда задавала планку искусств и дизайна. Смелые добирались и до Ленинграда (сегодня в Питере большая колония «наших», человек 30 – 50). Путешествовали и в Свердловск-Екатеринбург, в архитектурный институт и художественное училище с прекрасными живописными традициями. Жаль, сейчас экскурсионные практики не финансируются, но живой опыт – не экранная картинка, которая шедевра не передаёт, а средненькие вещи улучшает... Впрочем, сегодня «провинциалы» многие годы ездят в Италию, Францию, Англию, Германию.

На художественно-оформительском отделении возник студенческий театр (13 спектаклей), снимались кино- и слайдфильмы, выпускались огромные студенческие газеты (журнал), проводились акции, встречи, карнавалы и празднества. Они повышали градус жизни и расширяли возможности студентов (многие потом и уходили в театр и кино). Внешний мир требовал праздничных «оформлений»: машин, панно, витрин, это была практика. Проблема оставалась (и остаётся): для каких целей, в каком качестве и с какими, как сейчас «умно» говорят, компетенциями отправляются в профессиональную жизнь выпускники?



Новогодний праздник н. 1980-х гг. Справа – праздничный дизайн площади к 400-летию Тюмени

Набирался опыт прикладных тем: праздники, витрины, классы училища, пионерские лагеря, интерьеры предприятий и организаций, «наглядная агитация»: информационные стенды, партийные конференции, выставки и прочие «оформления». Каким бы ни было сомнительным слово «оформление», оно давало практику, за которую ещё и платили. Одна компания за работу над декором пионерского лагеря (раскраска корпусов и спортивного инвентаря, батики для клуба) заплатила училищу 10 тыс. рублей (примерно 5 млн в нынешнем исчислении). И мы не смогли их быстро «освоить»: две группы студентов на неделю летали в Москву на выставки, жили в международной молодёжной гостинице на полном пансионе, а потратили лишь половину средств.

Складывалась обычная для любой школы своя жизнь, началось внутреннее развитие – более важное, чем развитие в бюрократическом инкубаторе инструкций, госстандартов, аккредитаций, декоративных проверок «эффективности».

Школа по необъяснимой логике (руководителей) курировалась традиционным и даже «архаичным» вузом, точно не дизайнерским – ленинградским **Институтом им.**

Репина, вузом иного профиля, но – это сладкое слово – «академическим». Председателями ГЭК приезжали исключительно приличные, понимающие, профессиональные люди, бывшие в какой-то мере зеркалом процессов, зеркалом отчасти льстивым. Их советы помогали определиться с методическим «добром и злом», с проблемами творческой среды. Конечно, полной изоляции школы не было, даже наоборот – отстаивалась открытость к разным формам культуры, искусств, дизайна, но не к одностороннему выбору.

Неожиданной оказалась оценка работ, представленных в 1996 г. в ФРГ на «**Лерской миле**» – международном фестивале искусств. Авторитетный в Нижней Саксонии куратор акции искусствовед **Хайке Йорн** при обсуждении работ отметил их культуру, современность, тематику, образный язык и неожиданно заявил: «*Вы показали нам завтрашний день европейского искусства*». Дальше пояснил, что актуальное европейское искусство выхолощено, не интересно зрителю; утратило художественную природу, нарабатывавшуюся столетиями. В тюменских холстах и графике, плакатах и работах из драпов есть то, что присуще искусству, искусству живому и современному, и по предположению Х. Йорна, таким всё оно и станет в перспективе.



Фрагмент выставки М.М. Гардубея, 2008. Справа – персональная выставка Е.Н. Улькиной, 2008

В середине 1990-х г. школа искусства и дизайна, почти как открытие Японии после трёхсот лет изоляции, выходила из подполья и становилась частью художественной жизни России и Европы. Наши коллеги из Москвы, Екатеринбурга, Питера, Владивостока, Германии, а в 1997 г. «генералы» от дизайна – **Л.А. Кузьмичёв** (директор ВНИИТЭ), **И.А. Андреева** (вице-президент Союза дизайнеров и главный искусствовед Общесоюзного дома моделей одежды), **Ю.В. Назаров** (президент Союза дизайнеров и профессор Строгановки), преподаватели, художники и дизайнеры заговорили о «*феномене тюменской школы*», об «*уникальном художественном явлении*» и даже о том, что «*уникальную тюменскую художественную школу знает и ценит вся страна*», что явное преувеличение. Много поглаживаний пришло со стороны профессиональных людей разных поколений и школ. Известный теоретик и практик архитектуры **Александр Владимирович Степанов**, организатор «второго» советского дизайна **Юрий Борисович Соловьёв** заявляли, что в Тюмени неожиданно для них возникла «*совершенно европейская школа*».

В 1996 г. вышел при содействии **Александра Александровича Шишкина**, начальника Управления культуры Тюменской области, альбом «**Новое искусство Тюмени**». Это был царский подарок чиновника, не обязанного продвигать такие проекты: крупноформатный альбом о творчестве 15 выпускников и педагогов училища (колледжа) искусств. Альбом целиком создан аборигенами: собран, написан, сфотографирован, смакетирован и отредактирован в Тюмени. Это был первая тюменская книга об искусстве и дизайне, сделанная самостоятельно и непохоже. Правда, издательство было «инородное»: Средне-Уральское (Екатеринбург). Событием стал макет **Николая Пискулина**, сделанный

вопреки альбомным штампам, самобытно по работе со шрифтом, верстке текстов, супера. В 1997 г. альбом неожиданно был награждён дипломом 1 степени Всероссийского конкурса искусства книги – нечаянное событие для города, никогда не слышвшего книжно-дизайнерским и издательским.



Н.П. Пискулин, 1996. Альбом «Новое искусство Тюмени», каталог фестивалей искусств 2006-2007.
Е.А. Мелентьев, 2004. Хрестоматия по дизайну, реализованный дипломный проект.

После альбома и до нынешнего времени появились ещё 24 книги, в том числе «Хрестоматия по дизайну», наражденная помимо многочисленных формальных отметок признанием и всеобщими симпатиями читателей. Елена Юрьевна Герчук так отозвалась о ней в рецензии, опубликованной в «Книжном обозрении»: *«Ничего, подобного награждённой дипломом «Иллюстрированной хрестоматии по дизайну» (Тюмень: Институт дизайна, художник Е. Мелентьев), непривычно активной, броской, даже прямо провоцирующей на ответный творческий порыв, за последние годы не выходило ни в Москве, ни в Санкт-Петербурге».* А ведь это была уже работа воспитанника учеников школы. Во внешних оценках больше отмечалась культура, вкус, самобытность работ.

Ю.В. Назаров предложил трансформировать отделения дизайна училища в высшую школу, написал письмо в адрес ректора **Уральской архитектурно-художественной академии** с предложением взять тюменцев под крыло. Нам сказал: *«Поезжайте в Екатеринбург, в УралГАХу, там есть единственный живой человек – Елена Петровна Постникова, свяжитесь с ней, она поможет»* (сегодня, при борьбе с филиалами и вузами такое возможно сделать?). Елены Петровны в академии не оказалось, на месте был Николай Николаевич Ляпцев, ставший мотором сотрудничества, как и другие коллеги из УраГАХА.

В интервью Тюменской телекомпании «Сибинформбюро», опубликованном в сборнике «Дизайн. Документы-3», Ю.В. Назаров так объяснил своё отношение к школе: *«Не устаю повторять, что пять лет назад, направляясь в Тюмень по штатному предписанию министерской комиссии, я никак не ожидал, что увижу здесь что-то отличное, непохожее и весьма занимательное для себя. Причина банальна: учебные заведения подобного ранга представляют собой лишь бледную копию оформительских отделений советских времен, занимавшихся наглядной агитацией, оформлением городских территорий и совсем чуть-чуть интерьером...»*

В тюменских работах поражал тот накал творчества, с которым студенты подходили к творчески поставленным задачам. Многие уже тогда демонстрировали зрелые качества (помню, как поразил меня ставший лауреатом Всероссийского книжного конкурса альбом Н. Пискулина "Новое искусство Тюмени"). Мы даже восприняли этот факт как звоночек: вот, дескать, прозвела рождение и созревание нового российского

феномена... Теперь-то я вижу, что этот феномен – заслуга конкретных физических лиц, не каких-то космических, атмосферных явлений. Просто в одном месте собрался коллектив, которому удалось создать творческую атмосферу, а в качестве главной задачи – сформулировать необычный, неординарный подход к учебному процессу.

<...> Путь тюменского отделения противоположен пути «Баухауза» – того направления немецкой школы, что давал толчок от формального и беспредметного искусства к дизайну. Тюменцы пошли своим путем: от изобразительного искусства высокого качества к дизайну, то есть через качество. Как раз понятие качества для тюменской школы и является самым важным. Все, что они планируют, начиная с учебных, дипломных работ и заканчивая профессиональными проектами, выполняется ими качественно, добротнo и с феноменальной скоростью. А в последнее время они начали осваивать и новейшие технологии, приемы современного дизайна (даже на этой выставке я вижу огромный скачок по отношению к прошлому году), да с таким мастерством дизайнерской кухни, что даже наш благословенный институт имени Строганова завидки берут. И уж совсем глупо сравнивать их последние достижения с тем, что я видел пять лет назад в учебном классе: два каких-то компьютера, больше пригодных для бухгалтерской работы, чем для дизайна...

Так в чём еще заключается феномен тюменской школы? В том, что у этих ребят есть необычный импульс для развития, это видно по той скорости, с которой они проходят все этапы, которые медленно, на протяжении послевоенных десятилетий, осваивал Запад. Несомненный плюс <...> – то, что они не растеряли учеников. Когда школа формируется таким способом – по типу древа от учителя к ученикам, это даёт мощный импульс, идеи резонируют друг от друга, и, конечно же, все это помогает быстро и концентрированно двигаться вперед. И для нас это хороший урок: некоторым зазнавшимся центральным вузам, паразитирующим на собственном долголетии, пора перестраивать учебный процесс».

1990-е гг. годы стали финалом советского дизайна, не самого последнего в мире. Но рушилась, так сказать, официальная модель, осуществлявшаяся **ВНИИТЭ** и **СХКБ** отраслевых министерств. С распадом управления, утратой советских алгоритмов и этики исчез и строго организованный дизайн. В тогдашней распутице, как ни странно, начали возникать из ниоткуда учебные заведения дизайна. В педучилищах, нефтегазовых и металлургических вузах дизайн «приглянулся». Тюменская школа на каком-то этапе (1997 – 2003) готовила дизайнеров высшей квалификации по договору с УралГАХА, а в 2003 г., едва поспевая за бурными законодательными посевами, трансформировалась в филиал УралГАХА с именем собственным «**Институт дизайна**». То есть «Институт дизайна» – это Тюмень, зарегистрировано. В 2010 г. умные головы «наверху» предписали обозваться всем одинаково «*без фантазий*»: «ГОУ ВПО Тюменский филиал ...» и как-то там. Этого оказалось мало, и в 2012 г. филиал предписано было ликвидировать в рамках кампании очищения высшего образования от плевел, то есть малых и неэффективных вузов. Правда, с 2010 г. у «Института дизайна» появилось новое здание, по согласованию с Правительством области и вузами он трансформировался в «Институт архитектуры, дизайна и визуальных искусств» института культуры. Ликвидация выглядела комично – колледж и Институт были уже в объятиях Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. До этого «Институт дизайна» и колледж были с 2000 по 2012 гг. единственной «группой школ» России, все 100% выпускных работ которой отмечались дипломами международных конкурсов МООСАО – единственного в России международного конкурса...

Но наверху шла рубка леса, для цифры Институт дизайна заклеимлён «неэффективным». Единственная странность: клеймо позора появилось через полгода после приказа Минобра о ликвидации, филиал не участвовал ни в каких тестах и обследованиях на эффективность. «У старших на это свои есть резоны...» Вероятно,

обучение дизайну – проектной культуре не стоило начинать с Тюмени, и не с СПО, а трепетно ждать, пока проснётся какая-нибудь высшая управленческая воля на самом верху и тогда можно будет её исполнить под орден. Бог им судья...

Ликвидация Института дизайна на деле началась «планово» и совпала с усталостью жить между Тюменью и Екатеринбургом. Да и местные власти, благоволившие школе, говаривали, что содействуют школе они, а репутация достаётся Екатеринбург... С 2010 г. началась трансформация филиала в институт ТГАКИСТ. Благодаря тогдашнему ректору ТГАКИСТ **Евгению Борисовичу Заболотному** и милости областной власти – многолетнего покровителя регионального дизайна, заместителя губернатора **Натальи Александровны Шевчик** и губернатора **Владимира Владимировича Якушева**, дизайнеры (архитекторы и мультимедийщики) въехали в хороший дом на Карской, 38 с достойным оборудованием. Удалось собрать в одном месте архитектуру, дизайн костюма, мультимедиа и анимацию, соединить все уровни образования и близкородственные профили.



Сотрудничество с УралГАХА выпало на время, когда появились массовая потребность в дизайне, интересом к нему и даже мода на «дизайн», «стайлинг», «художественное оформление». Профессура академии выполнила роль кривого зеркала, укрупнявшего недостатки (низкий технологизм) и обнаруживавшего достоинства – «художественность» (и не только в станковых работах).

Неоценима моральная и методическая помощь Николая Николаевича Ляпцева (кафедра дизайна среды). Он был тем, кто принуждал показываться на конкурсах МООСАО. Мы не готовы были к «самопоказам» и отрицали состязательность в искусствах. В 2000-е г. школа стала обычной, но не слишком распиаренной частью российской образовательной среды.

На фундаменте школы возникло региональное отделение **Союза Дизайнеров России**, ежегодный российский фестиваль архитектуры, дизайна, искусств. В его матрёшке случилось более 220 выставок и конкурсов. Почти всё интересное, происходившее в национальных школах дизайна, было представлено на них в той или иной форме, а также двух сайтах: idva.info (название предполагалось под институт с международным прицелом: Institute of Architecture, Design and Visual Arts), а также на art-design.tyumen.ru.

Тюменский дизайн прошёл не один вираж в своей истории. Он возник фактически на пустом месте, но сформировал кадровый ресурс, многоуровневую школу, работающую по всем уровням и профилям архитектурных, дизайнерских и художественных программ. За пределы региона уехали немногие. Можно бы успокоиться. Но, понятно, что одинаково бесплодны излишняя тревожность и «преступный» покой.



Дарья Казак, Сценические костюмы для вокальной группы, 2016. Справа – спектакль «Пятое отражение» Омского театра моды «Образ», партнёра тюменских дизайнеров на фестивале в Тюмени, 2014



Слева – диплом бакалавра А. Холманских, «Экокафе», 2014. Справа – диплом специалиста К. Крюкова, «Трансформируемая мебель», 2010. Победитель национального конкурса «Русский дизайн-2011».

В каком направлении выпишет «новые билеты» сегодняшняя турбулентность – покажет время. Гарантий нет, тем более, когда судьбоносные правила разрабатываются унифицированно, образование неоправданно обезличивается, а диапазон возможностей определяется людьми, находящимися в засаде за большими столами в тумане «прогрессивной» фразеологии.

ДИЗАЙН КАК ТЕКСТ. СМЫСЛ ДИЗАЙНЕРСКИХ ТЕКСТОВ

Сегодня мы рассматриваем любое произведение искусств и дизайна не только эмоционально, но и как сообщение, содержащее в себе метафоры и эмоции, философию, ценности – текст. Совокупность всего, что есть в искусствах, всё чаще называют текстом, по аналогии со словесными искусствами. Художественный текст использует другие – невербальные, интуитивные и ассоциативные средства и иначе читается.

В.Ф. Сидоренко в важной публикации о третьей культуре, не раз нами упомянутой (её до сих пор мало кто знает в России), пишет, что *«дизайнеры обладают способностью одновременно «читать» и «писать» в материальной культуре: они понимают, что говорит предмет, и могут создать новые предметы, которые воплощают в себе новые сообщения»*. В подтверждение он приводит слова европейских методологов о

метафорической природе дизайна: «*метафорическая природа*» позволяет понимать «*сообщения*» дизайнеров. Проектируя вещи, дизайнеры не ограничиваются только лишь улучшением в проектах потребительских качеств вещей, не только создают формы, но прежде всего выстраивают коммуникацию между людьми и материальным миром. В этом проявляется личный или общекультурный опыт, интерпретация материального и культурного наследия, появляется «добавленный» продукт – личное видение традиций и ценностей, собственное отношение к предыдущему опыту, собственное мировоззрение. В.Ф.Сидоренко долгает: «*Предметы выступают формой знания относительно того, как удовлетворяются определённые требования и как решаются определённые задачи. Они [предметы] также выступают формой знания о том, что пользуется спросом у каждого: не нужно иметь сведений из области механики, металлургии или молекулярной структуры строевого леса, чтобы понять, что топор являет собой (или объясняет) очень эффективное средство рубки леса. Конечно, эксплицированные знания о предметах и о том, какова их функция, приносят пользу и иногда ведут к существенным улучшениям в их дизайне. Но в целом изобретение опережает теорию, сфера творчества и исполнения, как правило, опережает сферу понимания – технология ведёт к науке, а не наоборот, как часто полагают*» [Сидоренко В.Ф. Дизайн как общеобразовательная дисциплина. По следам поисковой программы Королевского колледжа искусств / Хрестоматия по дизайну, с. 1000 – 1015].

Дизайн за первые пятьдесят лет своего развития – то есть ко второй половине XX в., вырос из одежд ремесла и ускоренно нагружался всё более новыми целями, задачами и функциями. В конце XX в. он пришёл к необходимости «*формировать вкус, технику, метод и мораль как явления одного порядка*», к необходимости «*строить общество*» (Эрнесто Натан Роджерс). Об этом говорят многие дизайнеры, художники.

Вещи обладают внешними свойствами – красотой, выразительностью и действуют на нас безотчётно эмоционально. Они могут быть предметом созерцания и наслаждения, обладают энергией или нейтральностью, обозначают отношение их создателей к природе и социальной жизни, культурным коммуникациям. Предметы могут быть декларативны, немногословны, символичны, энергичны или незаметны. В их основе объективные физические потребности, физические закономерности: потребности тела, утилитарные нужды и физические свойства: тяготения, физики и механики, энергии, химии, сохранения и траты, концентрации, усиления и расходования... Вероятно, есть и сложные закономерности, которые мы не всегда можем выявить и измерить, описать и перевести в слова. Так, С.П. Капица, размышляя о развитии человечества, ссылаясь на законы термодинамики, которые не меньше определяют природу и человека, чем то, что считается общественно определённым. Дизайнерская деятельность систематизирует и реализует не только **физику**, но и **метафизику**: дух, творческое сознание, общественный, культурный и исторический смыслы.

Люди разные – более свободные от стереотипов и критически воспринимающие их, включая собственные шаблоны, и люди, являющиеся покорными носителями сословности, привычек среды, лишённые свободы мыслить. Между этими полюсами – миллионы реальных людей. Есть страты (группы) людей, не способных сформулировать собственные эстетические требования (имеющие ли их?), и есть группы людей, формирующие «*кредо времени*». Есть лидеры, задающие правила, и «*контингент*», которому присущ конформизм, живущий по правилам лидеров. «*Мы такие одинаковые и такие несхожие. Среди людей земного шара не найти генетических или психологических двойников. А какая общность и уникальность!*», писал «человек столетия» по английскому рейтингу П.А. Колесников [П. А. Колесников. Размышления о пережитом. – Вологда, 1994].

Представления о красоте меняются, меняются представления о мире, природе. Потребность в красоте, по свидетельству П.В. Симонова, естественная потребность, заложенная в человеческой природе [Симонов П.В. Мозг, душа и созидание // Известия. – 1989. - №

121 (22569). – 1 мая; воспроизведено: Дизайн. Архитектура. Искусство: Документы – 5. Сборник материалов. – Тюмень: ИП Пискулин Н.П., 2014, с 4 – 7].

Красота – универсальное, безотчётное мерило: «так поступать некрасиво», говорим мы, или – «красивая идея». Как в случае с фундаментом здания, над которым возводятся разные формы, на «естественной базе» личности создаются этические, вкусовые, поведенческие конструкции. Они определяются, как известно, средой, психофизикой, «временем» и тому подобным.

С 1980-х гг. социологи исследуют культурные генотипы «русский» или столь же обобщённый «англо-саксонский». В начале 1990-х гг. издана книга **Ксении Касьяновой «О русском национальном характере»**, положившая начало исследованиям национально-культурных особенностей [Касьянова К. О русском национальном характере. – М.: Институт национальной модели экономики, 1994. – 367с.].

Появляется больше понимания различий, определяемых интересами бизнеса [Тромпенаарс Ф. и Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / пер.с англ. Е.П. Самсонов. – Минск: ООО «Попурри», 2004. – 528 с.: ил.].

Небольшой, но крайне ценной публикацией стал материал **«Что подумает сосед Василий»** журнала **«Эксперт»** об исследованиях в Белгородской области. Изучая негативную реакцию жителей деревни на бизнес-предложения, психологи пришли к поразительным выводам и условно разделили всех жителей России на две культуры – рационально-достиженческую (англо-саксонскую) и эмпатичную, кинестетичную или «провинциальную». Представители англо-саксонской (рационально-достиженческой) чаще встречаются в мегаполисах, кинестетики – классический «русский тип», подробно описанный К. Касьяновой, он «гнездится» вне мегаполисов, в средних и малых городах, сёлах. Они отличаются друг от друга, как небо и земля. Культурные генотипы, как и физические генотипы, мало изменяются. Эту проблему исследуют маркетинговые службы транснациональных компаний, учёные [Хисамова З. Что подумает сосед Василий // Эксперт. – 2002. – № 38 (344). URL: http://expert.ru/expert/2002/38/38ex-efco_35931/].

В Вологде многие годы **Петр Андреевич Колесников (1907 —1996)** изучал «социально-экономические и культурные аспекты истории» (собственная формулировка П.А. Колесникова). Он создал научную школу, опубликовал огромный массив результатов (за что признан в 1990-е гг. в Англии «человеком столетия»). Колесников и его коллеги выявили устойчивые генотипические и культурные установки в жизни российского крестьянства и «крестьянской интеллигенции», сохранявшиеся веками вопреки историческим испытаниям.

Мы не можем не учитывать этого в дизайне. Например, у селян в отличие от горожан минимальна эффективность аудиального канала. Речь собеседников они слышат, но не воспринимают. *«Я могу, — рассказывает исследователь, — их через звукоусилитель хоть в светлое социалистическое будущее звать, хоть в капиталистическое, им это всё равно. У них взамен развито визуальное и кинестетическое восприятие (они верят только в то, что видят или пощупают). Эти каналы защищают их от иллюзий. За плечами этих людей очень трудная жизнь, и они знают, что самое опасное – это привнесённые системы ценностей и идей, которые нельзя пощупать и проверить. Их жизненный опыт говорит одно: если кто тебе и поможет в трудную минуту, так это сосед, и всё. И больше никто»* [Хисамова З. Что подумает сосед Василий...].

«Столичный», как говорилось, тип ближе к англо-саксонскому, «рационально-достиженческому» и аудиальному. Тогда как «провинциальный», а по сути, «русский» – визуальный и кинестетический (то есть изначально предрасположенный к визуальной культуре). Со временем всё более понятны различия, предубеждения, ложные шаблоны в представлениях людей и народов друг о друге.

Дизайнеры глобальных компаний давно стремятся опираться на социально-культурные предпочтения будущих потребителей. Подробно об этом опыте рассказал на

конференции «**Экодизайн-2002**» дизайнер фирмы «**GK Dynamics Inc.**» (Япония, Токио) **Ацуши Итидзё** (Atsushi Ichijou). Проектируя мотоциклы для «Ямахи», которая их поставляет в разные страны мира, они вынуждены учитывать культурные различия [Итидзё А. Мотоцикл глобальный и местный (Motorcycle Global & Local): Выступление на конференции 17 мая 2002 г. // Дизайн. Документы-3. Архитектура. Дизайн. Искусство: сб. материалов. – Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003, с. 31 – 41. URL: <http://art-design.tyumen.ru/publication/>].

Важно руководствоваться не только социально-культурными трендами, но и культурными предпочтениями и главное – потребностями людей в самореализации. Мысль, приписываемая разным умникам, начиная с Леонардо да Винчи: «*природа – учитель всех учителей*», актуальна на все времена. Обнаружение «аутентичных» форм, соответствующих природе создаваемой вещи (процесса), и составляет ключ проектирования. «Потребности времени» – не всегда осознаваемые нужды развития общества и людей, знающих, как им кажется, предел возможностей. А проявляется «истинность» результата в «интуитивных» оценках «красиво», «прекрасно».

Японский центр цвета проследил связь экономики страны и цветовых предпочтений людей: «*В 50-е годы японские мужчины, занятые в восстановлении и переводе народного хозяйства на мирные рельсы, проявляли сильный консерватизм (зелёный — 1-е место), жаждали покоя (синий — 2-е) и не могли отрешиться ещё от связанных с войной унижения и скорби (лиловый — 3-е); женщины смотрели на мир мрачнее (чёрный — 1-е) и были более мистически настроены (рубиновый — 2-е, пурпурный — 3-е, фиолетовый — 5-е, лиловый — 6-е). В 60-е годы хозяйство было восстановлено и пошло на подъем: мужчины проявляли тогда активность (1-е — красный), также мечтали о покое (2-е — синий), но чувствовали себя далеко не уверенно (3-е — чёрный); женщины чувствовали себя так же (красный — 1-е, синий — 3-е, чёрный — 4-е), но были более восторженными (жёлтый — 2-е). Первый энергетический кризис застал мужчин врасплох, и они долго не хотели осознавать возникшую угрозу (1-е место — оранжевый — «пир во время чумы»), по-прежнему были активны (2-е — красный), но явно уходили от проблем (3-е — жёлтый); женщины восприняли кризис по-своему, осознав, что со старым покончено (белый — 1-е), но надо трудиться (красный — 2-е), не терять веры (жёлтый — 3-е) и при этом пользоваться жизнью (оранжевый — 4-е). Второй энергетический кризис вызвал у мужчин апатию (синий — 1-е), ностальгию по стабильности (зелёный — 2-е), понимание необходимости смотреть на жизнь по-иному (белый — 3-е) и вместе с тем желание безопасности (голубой — 4-е); женщины, как и раньше, оказались более трезвыми — с устоявшимся чувством нового (белый — 1-е), активными (красный — 2-е), не забывающими о существовании постоянной угрозы (чёрный — 3-е) и полагающимися в тяжёлые моменты больше на сердце, чем на разум (рубиновый — 4-е). Сейчас у мужчин чуть больше стало безопасности, а у женщин — меньше тревоги» [Воробьёв Г.Г. Твоя информационная культура. – М.: Молодая гвардия, 1988, с. 197].*

Это исследование, как и работы **Макса Люшера** (1923), ставшие классикой цвето-психо-диагностики, подтверждают гипотезу о неременной связи между цветом, человеком и его жизнью, следовательно, о «повествовательной», «текстовой» роли проектных форм. Классическая гамма цветов конструктивизма: чёрный, красный, серый – палитра жёсткой эгоцентрики, «навязывания» собственных идей. Палитра непростая: «красный + чёрный» = отсутствие любви, серый – переутомление, усталость, белый – энергия, излучение, стремление к переменам. В сумме эти цвета означают не только энергию, но и отрицание, и подавление, и «навязывание». Странно ли, что наш советский конструктивизм не прижился? Он был безотносителен к эмоциональным потребностям тогдашних граждан. В его матрице скрыто не только желание активных перемен, но и закрытость коммуникации, зародыш того, что вскоре проявилось как идейный и политический тоталитаризм.

Дизайн – не просто метафора, но многозначный текст. Любое произведение искусства, культуры – тексты, которые пишут для нас. При нашем желании «читать» эти

визуальные тексты мы их и читаем, в том числе интуитивно-безотчётно. Не случайно, «потребление» – это покупка счастья и ощущений. В обществе, в котором натуральные взаимоотношения между изготовителями вещей, сочинителями идей и теми, для кого они сочиняются, разорваны и заменены опосредованными контактами, суть и форма проектов – поле схватки смыслов, а вещи – носители идей, красоты, мировоззрений – такие же, каким были в культуре прошлого произведения искусств.

Девиз крупной японской фирмы независимого дизайна GK Group – простые слова «*красивое – людям*». «Красота» – ключевое понятие и система факторов, основывающихся на культурных правилах, запросах, но и на «природных основаниях». В эстетике классической Греции «красота» – это учение о мере, соответствии, равновесии. Эти категории – в основе всего традиционного творчества. Близко ему определение дизайна, данное **Ясутакой Соге**: «*Дизайн – это чистота, красота, простота*». Сегодняшние предпочтения выводят на первые позиции «жизненность», «наполненность», «коммуникативность», «открытость», «естественность». Эти категории стали актуальными, но они были и в «классиках» разных эпох.

Часто говорят: «*на вкус и цвет товарища нет*». Но судят о «хорошем» и «плохом», или об «особенном» вкусе. «Вкус», «красота» – категории разные, и прежде всего обусловленные локальными культурами, традициями, привычками. В Китае и на Дальнем Востоке жёлтый – высший цвет, простым китайцем его запрещено было использовать в одежде, тогда как в средневековой Европе жёлтый считался цветом еретиков, предательства, продажной любви. Можно найти и другие примеры, связанные с той или иной культурой. В основе форм есть и устойчивые значения, утверждающиеся в культуре со временем. Семантика определяется ассоциациями с природой (эмоции). Формы вещей – теми же ассоциациями, основанными на физике и опыте (разум, логика). Материалы и фактуры зависят от опыта и культуры. Хотя интерпретации могут различаться, слишком многое зависит от времени; образная природа мозга лучше – быстрее, точнее, глубже воспринимает объективное, содержащееся во формах, структуре продуктов. Послания читаются интуитивно. Но и рационально.

Наши ощущения уходят корнями в природную и искусственную среду, вернее в опыты движения, развития, умирания, расцвета, выживания, сопротивления и преодоления, разочарований и обождений – в опыт жизни. Поэтому в восприятии различают прямые (перцептивные, непосредственные) и аперцептивные – опосредованные реакции, через опыт, культуру. Обычно мы видим мир через «фильтры» среды, воспитания, образования, опыта, шаблонов и оценок.

Возмём функционализм – в 1920-е гг. он был противоположен модерну и историзму и нашёл своих сторонников. Он возник как альтернатива, но уже в 1930-е гг. исчерпал небольшой лексикон форм и сменился гибридным стилем ар-деко. Простота и аскетизм в нём как бы накладывались на декоративистскую культуру модерна и историзма. Новый стиль был «веселее», изобретательнее, менее жёсток в принципах, в нём «позвякивала» современность.

Популярный сегодня стиль **минимализм** (эта версия функционализма проявилась во всех видах культуры) возник реакцией на эклектику и избыточность. С точки зрения эстетики минимализма, «классика» с её декорумом, орнаментикой воспринималась не иначе как «*грандиозный маскарад в камне и штукаурке*». На самом деле приверженность любому ветру в культуре – лишь старый или новый шаблон отношения. «**Эффект новизны**» – важная часть живой и деятельной человеческой природы, ищущей нового опыта.

В нашей природе заложены противоположные группы потребностей: **охранительные** и **инновационные**. Одни призваны удерживать от опасностей, вторые нацелены на приобретение нового опыта. Шутники говорят о стадиях отношения к новому: *сначала – отрицание, позже – апатия, и в итоге – горячее одобрение*. Когда новое становится обычным, тогда-то и раскрываются его истинные особенности, чтобы

ператиться со временем в «устаревшие». Футурологи уверяют, что «из 1000 любых инноваций 999 оказываются вредными и глупыми, и только одна, возможно, конструктивна, да и то большей частью не так, как первоначально представлялось инноватору» [Бестужев-Лада И. На пути к альтернативной цивилизации // Техническая эстетика. — 1991. — № 2; или: Хрестоматия по дизайну, с. 774 – 779].

И человечество идёт этим путём – опробования нового, хотя бы потому, что от нового опыта, как очевидно, зависит его выживание.

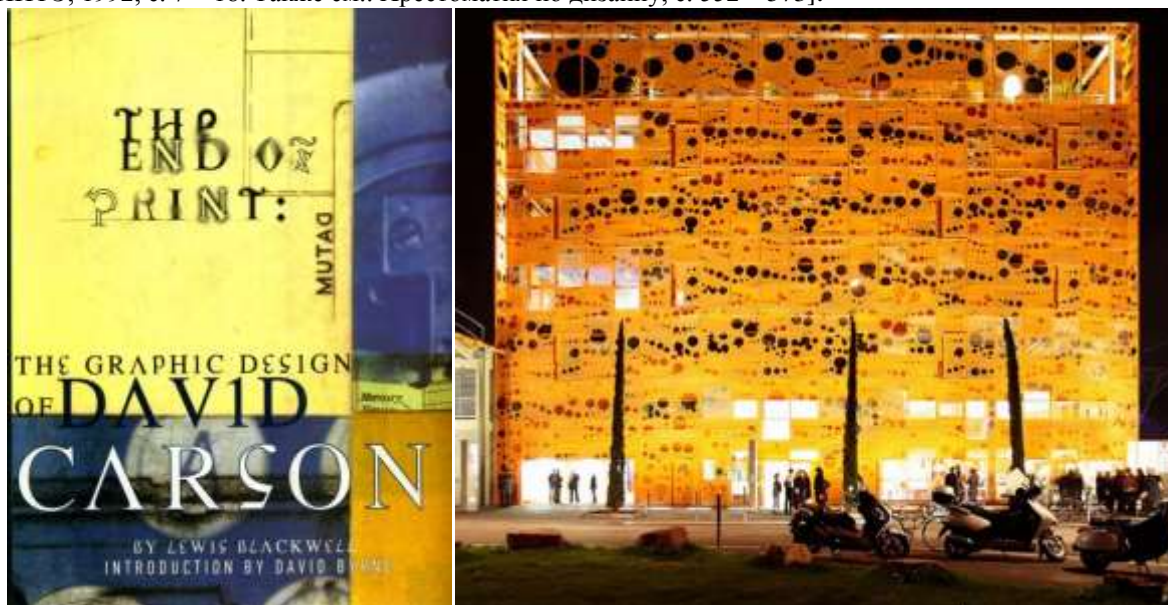
Отсюда и чрезвычайно сложная проектная мотивация. Многие проекты носят декларативный характер, как, например, своеобразный вектор «вперёд», направленный назад, как в случае с разработанной дизайнером «Frogdesin» **Ф. Френклером** фотокамерой «**0-продакт**» (1989) для японского «**Олимпуса**». Он предложил камеру в стилистике то ли советского конструктивизма (рекламный плакат), то ли швейцарского функционализма 1920-х – 1930-х гг. Предполагаемый прототип – одна из самых техничных фотокамер «**Jaeger Le Coultre Compass**» (1937), разработанная британским предпринимателем **Нозлем Пембертоном-Биллингом** (1881-1948).

Прототип фотокамеры – качественная разработка, но «мимо дизайна». Это чисто инженерный компактный продукт из металла со ступенчатыми дисками объектива, рисками, надписями, регулировками, с утопленными винтами креплений. «Нулевой продукт» запоминается антивещной простотой, как бы оппозицией обывательски понятой «красоте». Но он разработан для узкой группы пользователей. Камера предназначена интеллектуальной когорте – гуманитариям, погружённым в строгий дизайн, профессорам и левым студентам, настроенным антибуржуазно: верхушке общества, творческой интеллигенции, ориентированной на «истинное». В дизайне «0-продакт» праздник геометрики, композиция простых форм с их максимализмом, с ненавистью к эстетизму стиля «модерн». Корпус и фотографическая «начинка» не связаны, как и бывало в функционализме: корпус стал «просто» футляром, предохраняющим механизм от ударов и прочих воздействий. Даже рычаг «открыто – закрыто» – классический архаизм механической инженерии и механистичного дизайна. «Текст» автора «0- продукта» – отрицание дизайна «*псевдо-скульптурного типа*», «*деградировавшего эстетичного дизайна*» (слова Мендини) [Domus. — 2004. — № 869, апрель; или: Хрестоматия по дизайну, с. 1022 – 1033]. Декларация «для своих».

Что бы мы ни знали «про красоту», Э. Соттсасс основывался на психологическом и культурном текстах: «*Психологические факторы являются очень важными, иногда более важными, чем финансовые факторы*». Критика массового дизайна – часть проектной манифестации, содержания дизайн-продуктов, в том числе эстетической. Антибуржуазные декларации распространены в работах групп 1960-х гг., но и сегодня: «*Дизайн был рожден не для того, чтобы делать вещи фешенебельные, но – долгоживущие. Мода – фундаментальный товарный механизм, и, если она не меняется, вещи не продаются. Дизайн вынужден был в последние годы стать модой, это и произвело такой избыток стульев и ламп. Все уже было создано*» (**Энцо Мари**).

В конце 1990-х гг. важной смысловой компонентой стала «актуальность», не «любование формой», а её связь с повседневностью, «деятельностная» начинка. Дизайн «нырнул» в маргинальные недра массовой культуры. Так появился **Дэвид Карсон**, так возникло направление «**гранж**» (англ. grunge, букв. грязь) в дизайне костюма, интерьере и самое удивительное – в архитектуре! Впервые дизайн костюма заразил архитекторов. «Разрушенность» и историзированная материальность, «народность» и «случайность» показали «истинными». Место «высокого» дизайна занял дизайн «простой». Векторы не просто поменялись – их смена открыла дизайну новые средства. «Красота» ушла в отпуск, но не исчезла – пионеры дизайна искали новое текстуальное содержание и выразительные богатства. Исчерпывающую характеристику современного дизайна дал итальянский семиолог **Омар Калабресе**, главная книга которого «**Эпоха необарокко**» известна у нас по

насыщенной публикации **Н.В. Кисловой** [Кислова Н.В. Эпоха необарокко // Дизайн на Западе. – М.: ВНИИТЭ, 1992, с. 7 – 18. Также см.: Хрестоматия по дизайну, с. 552 – 573].



Дэвид Карсон. Гранж типографский, книга «Конец типографики». Справа – Брендан МакФарлейн и Доминика Жакоб, гранж архитектурный, 2011. Коммерческий и культурный центр «Оранжевый куб» в Лионе

О. Калабрезе (Умберто Эко назвал его «*великим пророком*») дал характеристику финала XX в. как времени слома классической эстетики и становления новой «*эстетики фрагмента, потокового разорванного сознания, сочетания несочетаемого, фрактальности и подвижности, текучести и прозрачности*». Эстетические установки видоизменились, изменились критерии. Основы проектного языка, как и языка искусств, остались естественными. Взамен созерцательного эстетического проектирования пришло **проектирование процессов**: активный, перестраивающий мир дизайн, устанавливающий, говоря языком кибернетики, «*отрицательные обратные связи*» с цивилизацией, ставящий жгучие вопросы и подвергающий сомнению общественные привычки.

Уже невозможно проектирование без интерактивности, без действия, вызванного рефлексией на поток жизни. То, что выглядит бредом и антиискусством в «**контемпорари арте**», неверно называемом «современным искусством» (современное искусство – искусство 1890-х – 1970-х гг.), органично в дизайне. История убыстрилась, происходят серии технологических и социальных революций – человечество находится в состоянии, которое мы мало понимаем. Каждый поступок предполагает ответственность и результат. Мозг даже не способен замечать многие процессы и ситуации, не говоря об их осмыслении. Цивилизация нас привычно убаюкивает доступностью услуг, товаров, заработков и возможностей. Доступность дезориентирует: ещё Ортега-и-Гассет завлял, что *цивилизация – жгучая проблема* и в развитии становится всё более сложной. Дизайн меняется, провоцируя на размышления и диалог, более того – на конфликт с современностью.

На смену «эстетичному дизайну» 1970-х – 1980-х гг. пришёл «**событийный дизайн**», вроде **Музея в Гронингене** (1995), спроектированного под руководством **Алессо Мендини** дизайнерами **Филиппом Старком, Микеле де Лукки**, архитекторами «**КоопХиммельб(л)ау**». Эта работа стоит отдельного разговора. «КоопХиммельб(л)ау» проводят гостей дорогами культур и цивилизации, и они оказываются в разных пространствах – искусственных и близких к естественным, безликих и занимательных. Наиболее показателен **Зал современного искусства 1600-х – 1950-х гг.** Самые важные, с точки зрения посетителей, картины XVI в. подняты под перекрытия зала (потолка в привычном виде нет – есть подвесные плоскости и открытая арматура). Чтобы рассмотреть живопись, есть один путь – подняться на эстакаду второго уровня. Снаружи она выглядит

капитальной, когда взбираешься на неё – неустойчива: производственные мостки. Но живопись не просто поднята над уровнем пола – она ещё и развернута под углом к зрителям. Не только рассмотреть холсты не удаётся, но возникает понимание, что небольшая дистанция между зрителем и работами художников – «лета времени», непреодолимая историческая пропасть. Зрителю наверху остаётся «добрать» ощущения, пройдя вперёд, где, как кажется, можно поглазеть на город из эркера. Одна сложность – у него стеклянный пол, а встать на прозрачную основу, под которой метрах в шести течёт река, оказывается физически невозможно – большинство людей отшатывается назад. Рефлекс самосохранения! Но даже те, которые (замечая, что стекло исцарапано) рискуют встать на пол эркера, испытывают следующее разочарование – практически ничего не видно. Снаружи павильон огражден супрематистскими плоскостями с красно-чёрной графикой, эти плоскости перекрывают обзор. Протрусив по хлипким мосткам обратно, встав ногами на пол, посетитель испытывает особенное чувство счастья – жив, спокоен, крепко стоишь на земле. Оказывается, в этом – существенная ценность жизни.

Новое нас восхищает, радует, но с прошествием времени мы понимаем, что в нём немного было. Конфликтность и драматизм цивилизации не могут не содержаться в проектах. Кто-то из дизайнеров и архитекторов связь со «зlobой дня» использует, чтобы обмануть потребителя, предложив ему замещение, уход от реальности. Выстроить значимые отношения с миром всякого рода – актуальная часть проектных поисков.

В отличие от рациональных методов проектирования (они – лишь одна из функций сознания), семантическое восприятие строится на интуиции, на образах. Образ апеллирует к устойчивым ассоциациям-знакам, опыту собственному и чужому. Иначе – к «операционной системе» мозга, если пользоваться компьютерным языком. Есть «оперативная память», есть «операционная система», «служебные» и «рабочие» программы – компьютер спроектирован как аналогия. Если сознание тренировано, то мы анализируем, выстраиваем «пластические» и «функциональные» тексты, отношение к вещам. Когда все программы отлажены, то наш компьютер-мозг будет хорошо функционировать. Есть «рабочие программы»: ассоциативные, созидательные. Вероятно, «вкус», «красота», «образ», «рефлексия», «текст» и другие категории – в «программной» начинке человека, содержащей ответы на многие вопросы...

ИНФОРМАЦИЯ О ДИЗАЙНЕ

- Аронов В. Теоретические концепции зарубежного дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1992.
- Аронов В. Концепции современного дизайна. 1990 – 2010. – М.: Артпроект, 2011. – 224 с.: ил. ISBN 978-5-88149-486-5.
- Аронов В. Дизайн в культуре XX века. 1945 – 1990. – М.: Издатель Д. Аронов, 2013. – 406 с.: ил. ISBN 978-5-94056-028-9.
- Воронов Н. В. Российский дизайн. Тт. I-II. – М.: Союз дизайнеров России, 2001.
- Воронов Н.В. Дизайн: русская версия. – М.; Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003.
- Глазычев В. Дизайн как он есть. Изд. 2-е, доп. – М.: Издательство «Европа», 2006. – 320 с.
- Гольдзамт Э. Уильям Моррис и социальные истоки современной архитектуры. – М., 1973.
- Гропиус В. Границы архитектуры. – М.: Искусство, 1971.
- Дизайн в высшей школе. – М.: ВНИИТЭ, 1994.
- Дизайн в общеобразовательной системе / Составитель А. Устинов. – М.: ВНИИТЭ, 1994.
- Дизайн на Западе. – М.: ВНИИТЭ, 1992.

- Дизайн. Документы-2 / Архитектура. Дизайн. Искусство: Сб. мат. Всероссийской науч.-практ. конференции и круглого стола. – Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2002.
- Дизайн. Документы-3 / Архитектура. Дизайн. Искусство: Сб. мат. – Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003.
- Дизайн. Документы- 4 / Архитектура. Дизайн. Искусство: Сб. мат. – Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2004.
- Дизайн. Архитектура. Искусство: Документы – 5. Сборник материалов. – Тюмень: ИП Пискулин Н.П., 2014. – 114 с., 90 ил.
- Хрестоматия по дизайну. – Тюмень: Институт дизайна, 2005. – 1056 с., 872 ил. Электронный вариант: <http://issuu.com/maxpiskulin/docs/book2>.
- Кричевский В.Г. Марки голландского дизайна // Дизайн на Западе. – М.: ВНИИТЭ, 1991.
- Кричевский В.Г. Типографика в терминах и образах. – М.: Слово, 2000.
- Курьерова Г. Итальянская модель дизайна. Проектно-поисковые концепции. – М.: ВНИИТЭ, 1993.
- Лаврентьев А.Н. История дизайна: учебное пособие / А.Н. Лаврентьев. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.: ил.
- Лаврентьев А.Н. Ракурсы Родченко. – М.: Искусство. 1992.
- Лоренц К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества. URL: http://notes.nbspace.ru/lorenz_full/
- Мазаев А.И. Концепция «производственного искусства» 20-х годов. – М.: Наука, 1975. – 271 с.
- Морита А. «Сделано в Японии». История фирмы Сони. – М.: Прогресс. 1990.
- Моррис У. Искусство и жизнь. – М., 1973.
- Назаров Ю. В. Постсоветский дизайн. – М.: Союз дизайнеров России, 2002.
- Нельсон Д. Проблемы дизайна. – М.: Искусство, 1971.
- Пажитнов Л. Творческое наследие Баухауза / ДИ СССР. 1962. №№ 7-8.
- Папанек В. Дизайн для реального мира / Пер. с английского. – М.: Издатель Д. Аронов, 2004. – 416 с.; ил.
- Родченко А. Статьи. Воспоминания. Автобиографические записки. – М., 1982.
- Рождественский К. Ансамбль и экспозиция. – М., 1970.
- Розенблюм Е. Образ революции в пространстве музея / ДИ СССР. 1976. № 11.
- Розенблюм Е. Художник в дизайне. – М. 1974.
- Розенталь Р., Ратца Х. История прикладного искусства нового времени. – М.: Искусство, 1971.
- Рудер Э. Типографика. Учебник по оформлению печатной продукции. – Sulgen: Verlag Nissli AG. 1998.
- Серов С. Стиль в графическом дизайне: 60-е – 80-е годы. – М.: ВНИИТЭ, 1991.
- Сидоренко В.Ф.. Эстетика проектного творчества. – М.: ВНИИТЭ, 2007. – 136 с.
- Соловьев Ю.Б. Моя жизнь в дизайне. – М.: Союз дизайнеров России, 2004. – 256 с., ил.
- Сто дизайнеров Запада. – М.: ВНИИТЭ, 1994.
- Техническая эстетика: Труды ВНИИТЭ. – М.: ВНИИТЭ. Издавались с 1971 года.
- Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. – М., 1995.
- Херлберт А. Сетка. Модульная система конструирования и производства газет, журналов и книг. – М.: Книга, 1982.
- Хиллер Б. Стиль XX века. – М.: Слово, 2004. – 240 с., ил.
- Чихольд Ян. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении. – М.: Книга, 1980.
- Якокка Ли. Карьера менеджера/Пер. с англ. – М.: Прогресс. 1991.

Blackwell L. The End of Print: The graphic design of David Carson. L.: Laurence King Publishing, 1995.

Fiel, Charlotte & Peter. Design of the 20th Century. – Köln: Taschen, 1999.

Fiel, Charlotte & Peter. Design the 21st Century. – Köln: Taschen, 2001.

Fossati P. Il design in Italia. 1945 – 1972. – Torino: Giulio Einaudi ed., 1972.

Hauffe T. Dumont-Schnellkurs Design. – Köln: Dumont, 1995.

Hauffe T. Geschichte des Designs. – Köln: Dumont, 2014.

HIGH-TECH. The industrial Style and source Book for the Home by Joan Kron and Suzanne Slesin. – L.: ALLEN LANE Penguin Books, 1978.

Lawrentyew A., Nasarow Y. Russisches Design. 1920 – 1990. – Berlin, 1995.

Lissitzki-Küpers S. El. Lissitzki: Maler, Architekt, Typograf, Fotograf. Erinnerungen, Briefe, Schriften. – Dresden: VEB Verlag der Kunst, 1967.

New British Design: by John Thackara + Stuart Jane. – L.: Thames and Hudson, 1986.

Pazitnov, L., Das schöpferische Erbe des Bauhauses 1919 – 1933. – Berlin, 1963.

Radice, Barbara. Ettore Sottsass / A Critical Biography. – L.: Thames and Hudson, 1993.

Видеолекции «Проблемы современного дизайна»:

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №1. Цивилизация дизайна или третья культура. Проектное мышление и мышление обыденное. Дизайн и искусства: <https://youtu.be/INfkYc5t1Ls>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №2. Становление и эволюция дизайна. Уильям Моррис, AEG, Olivetti, Braun, Apple. Дизайн меняет общество? Дизайн глобальный и региональный: <https://youtu.be/IW6B1LvBi1M>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №3. Цена и ценности в дизайне. «Конец менеджмента», сетевые сообщества и дизайн. Соответствие, мера, строй – античная эстетика для современности. Дизайн коммуникаций. Дизайнерский текст: письмо и чтение. Смысл дизайнерских текстов: <https://youtu.be/dsdxfleCioQ>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №4. Дизайн, общество и культурная типология. Дизайн Японии, самобытность и космополитизм. Русский дух как враг дизайна. Советский дизайн в России. Дизайн больше дизайна: Александр Богданов, Алексей Гастев: <https://youtu.be/EsJKkSZOJvg>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №5. Стили и направления проектирования. Адольф Лоос: орнамент и преступление. Функционализм, Баухауз и Ульм. Живой функционализм и диффузия. Хай-тек подлинный и мнимый. Взаимосвязь дизайна и общества: немецкий взгляд. Дизайн и антидизайн – Суперстудия, ХаусРюккер. Постмодерн. Новый дизайн: <https://youtu.be/IIUpKfFefBQ>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №6. Развитие языков коммуникативного дизайна. Классическая и конструктивистская типографика – их ценности и приёмы. Новая типографика. Медиа: искусства против технологий. Знаки, логотипы, символы. Символика и семантика. Дизайнерская навигация. Айдентика – новая массовая символика. Почему её нет в России. Английская айдентика для русских брендов: <https://youtu.be/wEyonxeEvc8>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №7. Метафора, слово, образ и сознание. Природа мышления. Семантика в дизайне. Колористика и цвет. Чистота, простота, красота. Стратегические и тактические подходы у новых студий (Снэхетта, Норвегия): <https://youtu.be/WJUW5VWLDQ>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА | Лекция №8: Тюменский дизайн. Возникновение. Школы дизайна. Особенности проектного мышления: знаки, образы, традиции, инновации. Мастера интерьера, типографики, эксподизайна. Разрешим ли конфликт станкового и проектного мышления: <https://youtu.be/opwwrIj550A>