

В. М. Липская

## МЕЖДУ БЫТОМ И БЫТИЕМ

Рецензия на монографию: Лола Г.Н. **Дизайн-код: культура креатива**. СПб.: Элмор, 2011. 140 с.

Исследование Галины Николаевны Лола уникально своей интенцией связать отвлеченные философские размышления об онтологических, сущностных основаниях такого культурного феномена, как дизайн, с самой реальной практикой современного дизайнера, вплоть до разработки конкретных методик и рекомендаций. Подобного рода работы создаются десятилетиями, так как ученый кроме теоретического освоения вопроса должен иметь серьезный опыт «погружения» в практический процесс дизайнерской деятельности, для того чтобы его умозаключения «проросли» сквозь саму плоть этой достаточно специфической творческой деятельности, не имеющей сегодня ни общепринятой теории, ни философско-культурологического осмысления.

«Дизайн-код: культура креатива» — продолжение другого новаторского труда автора «Дизайн: опыт метафизической транскрипции» (М.: Изд-во МГУ, 1998. 264 с.), который без преувеличения можно назвать первой (и не только в нашей стране) попыткой философски осмыслить область творческой активности, которая сама буквально складывается на глазах. Проблема заключалась (и заключается!) в том, что сам дизайн как достаточно «молодой» (ему всего сто лет) вид творчества находится в состоянии формирования собственной теории. Термин «дизайн» стал чрезвычайно популярен и употребляется как в самых широких кругах общества, так и в среде специалистов, не имея по сей день однозначного истолкования.

Одну из первых в отечественной научной мысли попыток с философской точки зрения осмыслить феномен «дизайна» в своих работах предприняла Г.Н. Лола. Исследователь еще в первой работе стала рассматривать «дизайн» как рискованное усилие создавать человеку

«над-житейскую» опору в мире, изначально не предоставляющем ему никакой опоры. Во второй монографии автор продолжает развивать мысль о том, как важно переосмыслить феномен дизайна, воспринимающегося в контексте приземленного, сугубо бытового обустройства обыденного существования.

Г.Н. Лола впервые в истории научной мысли выходит на действительно фундаментальные обобщения, касающиеся дизайнерской практики, которая «есть способ преодоления дистанции между метафизикой Бытия и неустранимой будничной необходимостью бытования...», а следовательно: «...дизайн — это коммуникативная практика, продуктом которой является послание, воплощенное в объекте, а целью — произведение впечатления у пользователя» (потребитель звучит некорректно: экзистенциальную ценность нельзя «потреблять» — ее можно культивировать в образе жизни) (с. 8).

В качестве наиболее ценного научного результата исследования можно назвать обоснованное доказательство того, что рациональный анализ является необходимой промежуточной стадией творческого дизайнерского процесса и заключается прежде всего в формулировании концепции. Исследователь вводит понятие *нарративного кокона* для обозначения процесса конструирования коммуникативного ресурса дизайн-продукта и понятие *дизайн-код нарративного кокона* для обозначения методологии такого конструирования. В области проектирования именно этот этап до нынешнего дня не является структурированным, хотя важность его очевидна. Г.Н. Лола обращает внимание на двойственный характер формирования нарративности в проектном процессе: «Концепция, с одной стороны, дает ясное понимание места, в котором дизайнер находится, прокладывает русло для мысли и дела, ограничивает спонтанность, усмиряет креативные порывы и возвращает их в заданные грани-

цы; с другой — является гарантом свободы и возможностью необходимых оперативных изменений» (с. 25). Тем самым исследователь говорит о том, что отрефлексированный процесс творчества дизайнера не просто желателен, а необходим и повышает эффективность деятельности, делает результат зависимым от создателя, а не наоборот.

В монографии обоснованно затрагивается очень сложный «невизуализируемый» момент, заключающийся в том, что реструктуризация концепции может менять и восприятие, и функции одного и того же объекта, что наглядно подтверждает мысль о дизайне как системном виде творчества: «Нарратив в дизайне — это способ говорения, позволяющий структурировать, упорядочивать опыт и дизайнера, и пользователя. <...> Более того, меняя способ повествования, он может *пересоздавать* уже созданный объект» (с. 40).

Нарративный аспект представляется наиболее значимым и сложным в дизайнерской практике. Именно поэтому в данной области теоретические принципы анализа еще не сформированы — не существует устоявшейся традиции среди дизайнеров выражать свою творческую концепцию в виде теорий или литературно сформулированных текстов. Ведущая роль при этом принадлежит сегодня часто не самим дизайнерам, а критикам и обозревателям, в чьи обязанности входят обоснование и реклама, не всегда точно доносящая существо дизайнерской концепции. Но все это не означает, что не реализуются общие принципы проектной культуры — просто визуализация концепции часто происходит без своего вербализованного осмысления или с использованием неструктурированного осмысления. Именно решению этой проблемы посвящена вторая часть исследования, содержащая методологию контекстуализации семиотической модели, технологии направленной контекстуализации и конкретные примеры «легенд» по которым можно реконструировать семиотическую дискурсивную модель того или иного проекта дизайна интерьера, анализ культурной анимации семиотической дискурсивной модели и разработки дизайн-брифа — документа, позволяющего сверять соответствие результата поставленным целям.

Исследование является тем уникальным случаем, когда невозможно даже перечислить на уровне рецензии все те открытия, которые выявляются в нем, притом что в дизайнерской практике они осваиваются интуитивно и носят спонтанный характер. Получая на страницах монографии свои «имена» (иногда в традициях постмодернистского дискурса достаточно метафорические), те или иные процессы дизайнерского творчества имеют шанс стать основой множества научных исследований в данной области. Такими основами можно считать, например, уяснение специфики деятельности дизайнера (для его обособления вводится даже условный термин *креатив* в отличие от *творчества* у художника): «Все дело в несвободе дизайнерского креатива, отчего дизайнер никогда не может до конца расслабиться. Его напряженность проистекает из постоянного контроля над тем, насколько являющийся образ соотносится с концептом. Но чтобы образ явился, необходимо сохранять внутреннюю свободу видения, культивировать состояние «пребывания в потоке», сохраняющее движение и покой, погруженность и отстраненность» (с. 57).

В целом исследование приводит к пониманию того, что грамотное видение дизайн-продукта — это умение за визуальной частью осознавать его не только утилитарно-прикладной смысл. Надо помнить еще и то, что дизайнеры создают не только тот или иной образ, а концепцию современного преодоления проблем общества и мироздания. Происходит это прежде всего потому, что «Дизайн... это практическое действие, направленное на создание знакового продукта, то есть продукта, заключающего в себе и выражающего некоторый смысл; но цель практического действия не продукт, а событие, происходящее с человеком благодаря этому продукту» (с. 16). То есть это событие всегда предельно нравственно ориентировано, а значит разработка проекта — это творческий процесс, который позволяет дизайнеру раскрыть и транслировать не просто собственные эстетические и этические идеалы, но и процесс формирования идеалов в нем самом. В таком случае осмысленное, вербализованное творчество в данной сфере приобретает огромное значение и для течения самого дизайн-процесса, и для его результата.

Особая благодарность автору монографии — за безбоязненное обращение к такой достаточно щепетильной стороне деятельности дизайнера, как его собственные моральные установки и самовоспитание его как личности. Недаром в практике Баухауза совершенствование межчеловеческих отношений среди учащихся было включено в состав профессиональных (!) вопросов. Деятельность, ориентированная на абсолютные архитектурные основы, как никакая другая требует ориентации на абсолютное в личностных качествах субъекта, избравшего ее своей профессией.

Исследование отличают высокая культура изложения, введение в научный оборот большого количества новых терминов, необ-

ходимых при попытке впервые на серьезном культурологическом уровне заполнить белое пятно в такой неразработанной области, как философия, теория дизайна и даже психология дизайнерского творчества. Вывод заключается в осознании важности выработки той или иной философской концепции (*нарратива*) в форме дизайнерского решения, которая и есть истинная цель любого проекта в данной сфере.

Величайший современный дизайнер Филипп Старк говорил о том, что дизайнер может и должен участвовать в поиске смысла, в конструировании цивилизованного мира. Монография Г. Н. Лола доказывает это с высоты профессионального философского анализа и актуальной креативной практики.