

## ОБЗОРЫ И РЕЦЕНЗИИ

*В. В. Прозерский*

### ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ДИЗАЙНУ

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

Новая книга Г. Н. Лола «Дизайн-код: культура креатива» [1] служит продолжением предыдущей [2], но вносит существенные коррективы в предлагаемую автором концепцию дизайна. Если в предыдущей работе ставилась задача создать философскую теорию дизайна путем выведения его на уровень экзистенциального понимания, то здесь мы встречаемся с *практической* философией дизайна, или, иначе говоря, с практическим доказательством возможности и нужности прикладного применения теоретических положений. Надо указать ещё на один важный содержательный момент: авторская установка заключается в том, чтобы писать не о технологиях дизайнерского дела, а о психологических процессах, происходящих в нем, и о людях, избранных для его осуществления. Сближение дистанции между теорией и практикой оказывается плодотворным для обеих сторон: практика подтверждает теоретические положения, а теория дает четкие методологические ориентиры направления развертывания практической деятельности.

Как известно, приниматься за изучение всякого процесса надо *ab ovo*, и дизайн не составляет здесь исключения: разница в данном случае проявилась лишь в том, что автор начинает его рассмотрение не с «яйца», а с «кокона» (впрочем, и кокон является у некоторых

биологических видов хранилищем яйца). Но кокон в дизайне специфический: автор аттестует его как «нарративный». О нарративном факторе, играющем в книге важную роль, хочется сказать отдельно. Использование нарративного подхода (так же как и инструменталистской неопрагматической методологии) является примером соединения теории дизайна с новейшими разработками в философской, психологической и лингвистической теориях, открывающего новые ракурсы его осознания.

Обращение к нарративу в современной философии связано с проявившейся неудовлетворенностью прежними методиками понимания личности и ее самоидентификации, а также с революцией в методологии исторической науки. Значение нарратива заключается в собирании и сведении воедино путем сюжетного повествования разрозненных жизненно-биографических или исторических фактов для дальнейшего их осмысления. Нарратив и неопрагматистская методология, впитавшая в себя идеи позднего Л. Витгенштейна о контекстной теории значения, конструкционистской социологии и лингвистической теории перформативных актов, позволяют максимально динамизировать коммуникативные процессы, в которые Г. Н. Лола включает дизайнерскую деятельность. Из этого следует, что в продвижении дизайнера к цели — созданию дизайн-продукта — ничего заранее не предрешено: все находится в процессе непрерывного становления, здесь нет жесткого про-

ектирования, всё наполнено обратными связями между проектировщиком, замысленным результатом и заказчиком. В этих положениях, выдвинутых в монографии, слышится голос и нашего соотечественника М. М. Бахтина, отстаивавшего принцип равноправия в коммуникации адресанта и адресата, без ответного слова которого коммуникация не могла бы продолжиться.

Читая монографию, убеждаешься, что автор высоко поднимает планку требований к дизайну и его создателям. Г. Н. Лола отказывается от привычных определений дизайна, кочующих из книги в книгу и ставших клише; для нее дизайн не только производство вещей, сочетающих красоту с пользой, деятельность дизайнера не просто «гармонизация предметной среды», а особая культурная миссия: она вносит осмысленность в мир человека, то есть дает ему возможность почувствовать себя причастным не только к быту, но и к бытию, стать живым и нестандартным в окружающем заорганизованном, стандартизированном пространстве. Достигается это с помощью создания события впечатления. Впечатление — отправная точка для обретения нового опыта жизни, свет, в котором жизнь выстраивается в осмысленное целое, иначе говоря, это событийный ряд, создающий жизнеустройство, вносящее радость, праздничность в уклад бытия.

Таким образом, мы видим, что предлагаемое в монографии определение дизайна включает в него различные практики оптимизации жизненных ситуаций, преобразование наличных ситуаций в более предпочтительные (по Г. Саймону), то есть дается по-настоящему современная трактовка дизайна, впитывающая в себя и системный, и средовой дизайн, и то, что еще недавно называлось «нон-дизайн», а теперь уже полноправно вошло в компетенцию дизайна как такового — комплексное проектирование, включающее в себя человеческий фактор наряду с предметным.

Большое внимание в монографии уделено проблеме, остающейся и поныне дискуссионной: является ли дизайн искусством, можно ли назвать дизайнера художником? В этом вопросе требуется быть предельно четким и не стараться угодить тенденциозным ожиданиям. Надо отдать автору должное: Г. Н. Лола

сумела преодолеть искушение польстить людям любимой ею профессии. Несмотря на то что ее любовь к дизайну звучит в самой тональности, в которой написана вся книга, она остается предельно объективной. Предложенное решение проблемы заключается в том, чтобы найти общее у дизайнера и художника, а оно очевидно: каждый из них способен создать произведение, обладающее аурой (тема ауры, идущая от В. Беньямина, сейчас оказалась почти что в центре современной эстетической мысли), но «границы содержания» открываются художнику и дизайнеру под влиянием разных сил: у художника это происходит спонтанно, в то время как у дизайнера такое открытие тщательно готовится, и образ является «в границах концепции» [1, с. 33]. Тут все дело в ответственности: дизайнер не может быть не понят своими современниками, что часто случается с художником. «Искусство — это посыл в бесконечность, а дизайн изначально „завершен“ поставленной задачей и должен быть востребован здесь и сейчас» [1, с. 33]. Из этого вовсе не следует, что дизайнер не может быть художником. Нужно лишь определиться с тем, в какие моменты кем ты являешься: художником, который может дать волю творческому видению, или же трезвым аналитиком и концептуалистом, способным осмыслить процесс конструирования дизайн-продукта. Когда эти две роли сливаются в одну, рождается ипостась дизайнера, способного на творческий креатив и вдохновение-инспирацию. Чтобы прекратить споры, надо уметь уловить в этих синонимах смысловые оттенки — в них-то и заключается всё дело! Автор отмечает: «Креатив — это творчество, но концептуальное, методологичное, а инспирация — вдохновение, но не спонтанное, а подготовленное» [1, с. 34]. Можно полагать, что такой ответ удовлетворит обе стороны: и художника и дизайнера.

Основная часть монографии посвящена анализу коммуникативного процесса дизайн-креатива, прослеживанию этапов его разворачивания из «нарративного кокона». Движение протекает от концепта к образу, а от него — к посланию. Очень внимательный к оттенкам смысла терминов автор настаивает: именно к *посланию*, а не сообщению, хотя в коммуникативистике эти слова признаются

синонимичными. Но сообщение акцентирует внимание на том, кто его отправляет, а послание — на том, кто получает. И это немало важно. В послании образ не демонстрируется, как заготовленный заранее, а рождается, проявляется, проясняется и формируется. Таким образом, модель «нарративного кокона» позволяет проследить в синхронном режиме как явление замысла, так и его исполнение с присущим последнему единством завершенности и открытости, оформленности и текучести, концептуальности и эмоциональности. Теперь проясняется эвристический смысл, заложенный автором в понятие «нарративного кокона». Он заключается в том, чтобы помочь дизайнеру не ограничиваться одним созданием смысловой конструкции объекта, а управлять процессом его дальнейшего семиотического моделирования и в конечном итоге включением с помощью «культурной анимации» в общую реальность с пользователем (заметим: именно *пользователем*, а не потребителем — событие впечатления нельзя потреблять, его «можно культивировать в образе жизни» [1, с. 8]).

В последней части монографии Г. Н. Лола обращается к проблемам презентации, аргументации дизайнером своих креативных решений в общении с заказчиком. Эти психологические процессы почему-то оставались в тени в прежних работах по дизайну, вывелись авторами за его рамки. Но ведь дизайн не только поле применения различных технологий, но и искусство построения сложной, психологически тонкой коммуникации автора дизайн-продукта с заказчиками, спонсорами, инвесторами, экспертами. Откликаясь на эти проблемы, автор монографии предлагает свою помощь как консультант и наставник дизайнера в составлении дизайн-брифа и преодолении трудностей психологической коммуникации.

Большой теплотой согреты заключительные строки книги, обращенные к профессиональному читателю: «Это только кажется, что все мучения бессмысленны, потому что о них никто не узнает — сам дизайнер знает. И в этом сознании — источник его уверенности в себе и безусловная ценность его продукта. Всегда надо помнить, что самое интересное в дизайне — сам дизайн. Как бы ни было трудно, процесс *дизайнирования* всегда в радость. А мучения входят в „программу“, они нужны как собственная „сакральная жертва“, без которой ничего не получится.

Дизайн не будет продуктивным без работы над собой, креативные технологии не помогут без воспитания культуры помыслов... Так мы вернулись к тому, с чего начали — к культуре креатива, но в конце пройденного пути мы уже не те, что были в начале» [1, с. 140].

В заключение можно сказать, что монография Г. Н. Лола «Дизайн-код: культура креатива» представляет собой своего рода путеводитель по маршруту долгого, полного неожиданных поворотов и перипетий следования от момента возникновения дизайнерского замысла к его полному воплощению. На протяжении всего пути автор книги выступает как спутник дизайнера в роли его куратора и доброго советчика по большинству вопросов. Нельзя сомневаться в том, что книга принесет пользу как практикующим дизайнерам, так и всем, кто интересуется этой сферой, ставшей теперь одной из самых приоритетных в области современной культуры.

## Литература

1. Лола Г. Н. Дизайн-код: культура креатива. СПб.: Элмор, 2011. 140 с.
2. Лола Г. Н. Дизайн: опыт метафизической транскрипции. М.: МГУ, 1998. 264 с.