

2012/2 (8)

УДК 745/749.03

Пигальская А. М.

Содержание**Теоретическая культурология***Румянцев О. К.*

Быть или понимать:
универсальность нетрадиционной
культуры (Часть 2)

Нугаев Р. М.

Социокультурные основания
европейской науки Нового времени

Историческая культурология*Сайко Е. А.*

Этические и нравственные аспекты
русской культуры
повседневности в контексте книжной
культуры конца XIX — начала XX в.

Фазлуллин С. М.

Изучение и сохранение подводного
историко-культурного наследия
России

Прикладная культурология*Сеславинская М. В.*

К истории «большой цыганской
миграции» в Россию:
социокультурная динамика малых
групп в свете материалов
этнической истории

Гуманитарные исследования*Фортулатова В. А.*

Культурное моделирование
литературного текста

Люсий А. П.

Текстуальная революция или
семиотическая мутация?
Об одном культурологическом
путешествии в петербургской
маршрутке, концептуализированном
пробкой на улице Пестеля

Штейнер Е. С.

Левизна художественная

Подходы к конструированию истории дизайна и его практики

Аннотация. В статье рассматриваются различные теоретические, методологические и эмпирические подходы к конструированию истории дизайна в контексте политической истории и практик потребления, а также в связи с исследованием визуальной культуры и культуры повседневности. В статье обосновывается необходимость исторически рассматривать не только объект дизайна, но и практики его производства. Анализируется состояние исследований в области истории советского дизайна.

Ключевые слова: историзация, история дизайна, историография дизайна, практики повседневности, практики потребления, советский дизайн

В современной культуре дизайн становится распространенной сферой деятельности, в которой востребованы не только профессионалы, но и опытные «любители». При большом количестве практик, связанных с дизайном, возникает вопрос о том, каким образом можно осмыслить и «историзировать» этот вид деятельности, что актуально в аспекте надления значением объектов дизайна и понимания культурной функции этих практик. Особенно это актуально на постсоветском пространстве, где дизайн (или тот вид деятельности, который мы можем обозначить как дизайн) в советское время и постсоветский период формировался в разных логиках производства и потребления объектов дизайна. В рамках данной статьи предполагается рассмотреть различные подходы к конструированию истории дизайна, а также наметить инструментарий для осмысления наследия советского периода.

История дизайна является довольно молодой областью гуманитарных наук. Как замечает К. Фаллан, несмотря на наличие публикаций по истории американского и европейского дизайна, до 1977 г. едва ли можно говорить об истории дизайна как устоявшейся академической дисциплине [1]. В конце 1970-х — в 1980-е гг. эта дисциплина появляется в университетском учебном плане, создаются научные сообщества (Общество истории дизайна в Великобритании в 1977 г., Форум по изучению дизайна в США — в 1983), начинают издаваться специализированные журналы [2]. Издание академических журналов такими ведущими издательствами, как, например, Эльзевир или университетами (MIT Press) значительно способствует оформлению дисциплинарного поля истории дизайна, однако академический статус, а

и политическая в детской книге Европы и Америки 1920–30-х гг. (Часть 1)

Пигальская А. М.

Подходы к конструированию истории дизайна и его практики

Ващенко А. В.

Двуликость Януса: мифология встречи старого с новым

Малая культурологическая энциклопедия

Вячеслав Леонидович Глазычев

Pro memoria

Разлогов К. Э.

Флиер А. Я.

Севан О. Г.

Вячеслав Глазычев:
архитектура человека

К 80-летию Российского института культурологии

Кудрявцева Е. Б.

Образование и первые годы существования Института

Рецензии

Рыбак К. Е.

Об итогах деятельности музеев России (по материалам доклада Союза музеев России)

Научная жизнь

Кужелева-Саган И. П.

Носова С. С.

Новомедийные формы международного научного сотрудничества

Жукова О. А.

Актуальные проблемы современного культурологического знания: глобальный мир в культурологическом измерении

Малыгина И. В.

«Семиосфера» Ю.М. Лотмана: рецепции в современном социально-гуманитарном знании

вместе с ним и влияние материалов, публикуемых в этих журналах, остаются под вопросом. Исследование академического рейтинга журналов по дизайну выявило несоответствие веса журнала в профессиональном сообществе и его позиции в рейтинге академических журналов [3]. Кроме того, оценка журналов по дизайну часто производится из другого дисциплинарного поля (например, истории искусств или архитектуры).

Оформление истории дизайна как самостоятельной дисциплины сопровождается дискуссиями относительно ее предмета, теоретических подходов и методов, связанными в том числе и с выходом работ, значимость которых имеет междисциплинарный характер (книги М. Фуко, Ж. Бодрийяра, сборник под редакцией А. Аппадурраи и др.). Сегодня феномены дизайна, визуальную культуру, производство и потребление вещей уже невозможно исследовать без учета концептуальных подходов, очерченных в исследованиях этих авторов.

Области, к которым можно отнести и дизайн, рассматриваются в контексте марксистской критики культуры как механизм культивирования товарного фетишизма. Критическая оптика лишает дизайн ореола исключительно творческой сферы и раскрывает прагматическую основу деятельности дизайнера, ориентированную на совершенствование процессов коммодификации, позволяет включить дизайн в логику социальных отношений, определить его социальную функцию и эффекты. Однако перспектива изучения дизайна в рамках критической теории, культурных и визуальных исследований, социологии осталась за границами интересов как историков дизайна, так и дизайнеров [4], что во многом было обусловлено разрывом между теоретическими рефлексиями и практической деятельностью. Для его преодоления при определении проблемной области истории дизайна необходимо эксплицитно связать его историю [5] и дизайнерских практик, поскольку она не является самоочевидной и в критических исследованиях никак не проявляется [6].

Вплоть до конца 1970-х гг. история дизайна мыслилась как периферийная область истории искусств (продолжение декоративно-прикладного искусства), что наложило отпечаток на определение дизайна как вида деятельности с доминирующей эстетической компонентой. Но уже в 1960-е гг. такое отождествление было поставлено под вопрос, поскольку в дизайне, в отличие от искусства, значимыми являются технологические новшества и решения, важны не только и не столько внешний вид изделия, сколько его массовое производство и потребление. Вопрос авторства, культивируемый в истории искусств, не совсем корректен для дизайна, так как здесь распространены коллективные проекты с участием инженеров, конструкторов и другие специалистов, значимы работа школ, групп, направлений, а также — фигура заказчика.

В истории искусств нарратив строится вокруг понятий создание/производство, которые мыслятся как синонимы, но в дизайне эти процессы разведены даже на институциональном уровне. Для историзации объекта дизайна важны также процессы потребления и использования его произведений, что в искусствоведении затрагивается реже. Кроме того, линейный нарратив истории искусств опирается на периодизацию и использует причинно-следственные связи при объяснении смены эстетических стилей, а каждый объект рассматривается как неповторимый и уникальный в их общей эволюции. В дизайне же более актуальны категории типичного и тиражируемого. Даже если во время создания/проектирования объект дизайна мыслится как уникальный, будучи многократно воспроизведен, он становится

обыденным. (Данная проблема актуальна, например, при создании музейных коллекций объектов дизайна, так как наиболее значимые объекты произведены наибольшим тиражом и часто не воспринимаются как достойные музеефикации.)

К 1970-м гг. история искусств уже была подвергнута критике в рамках марксистской, феминистской и постколониальной парадигм, ее основные подходы и методы были подвергнуты переосмыслению, и она не могла уже оставаться «образцом» для истории дизайна. Попытки дистанцироваться от истории искусств сделали актуальным вопрос о формировании иных методов и подходов при очерчивании собственного исследовательского поля. В. Марголин предложил использовать термин «исследование дизайна» (design studies) [7]. При акценте на междисциплинарности теоретические подходы и методология могут быть заимствованы из социологии, антропологии, этнографии и истории (подобно тому, как это делается в исследованиях науки, технологии и общества — Science, Technology and Society, — где многообразие подходов объединено понятиями времени, хронологического периода), поскольку исследование феномена дизайна требует привлечения широкого спектра дисциплин и компетенций.

Скептицизм по отношению к истории дизайна как самостоятельной дисциплины имеет основания: она начала формироваться, когда исторические науки, в частности, история искусств, были переосмыслены в контексте лингвистического и антропологического поворотов. История как дисциплина была проблематизирована школой Анналов, работами М. Фуко и др., и теперь невозможно мыслить историю иначе как в междисциплинарном ключе, в частности — в парадигме культурной истории. Потому конструирование истории дизайна как междисциплинарного поля исследования может быть вполне обоснованно.

Междисциплинарный подход в изучении истории дизайна предполагает смещение фокуса с объектов дизайна на социальные взаимодействия, что, судя по всему, и является причиной отсутствия интереса дизайнеров-практиков к междисциплинарным исследованиям. Учитывая изначальную установку на конструирование истории, полезной для практиков, можно предположить, что желание британских историков дизайна придерживаться «предметности», «материальности» может означать фиксацию исследовательской оптики на объектах дизайна, их свойствах и их собственной историчности. Подобная же позиция обозначена и во введении книги А. Аппадурои: «Даже если наш подход к вещам обусловлен точкой зрения, что вещь не имеет значения безотносительно социальных отношений, транзакций, атрибуций, которые наделяют ее ими, тем не менее, антропологический подход не исключает изучения конкретной исторической циркуляции вещей. Для этого мы должны вглядываться и изучать сами вещи, искать значения, смыслы, вписанные в их собственную форму, способ использования, траектории их движения. Только изучая эти траектории, мы сможем интерпретировать социальные отношения, которые опосредованы вещами» [8].

Обращение к материальности вещей в социологии и антропологии выявило ряд проблем относительно возможности сосредоточения исследовательской оптики на вещах: существующий инструментарий позволяет реконструировать «значения» вещи, которые та обретает при обращении в конкретном сообществе. В. Вахштейн во введении к сборнику «Социология вещи» сформулировал эту проблема как

необходимость дистанцироваться от установки объяснять социальное социальным [9]. В «Исследованиях материальной культуры» была предпринята попытка изучения материального измерения мира в этнографическом и антропологическом ключе [10]. Д. Миллер отталкивался от убеждения, что материальный мир множественен и его невозможно исследовать в рамках фиксированных структур и правил, как в лингвистике, и потому считал, что материальный редукционизм во многом обусловлен лингвистическим поворотом. С его точки зрения, материальное может быть исследовано в визуальном и пространственных аспектах опыта, например, исследования еды или архитектуры по умолчанию включают опыт, но есть достаточно много областей культуры, в которых данное измерение опускается [11]. В рамках проекта Д. Миллера была выпущена книга его аспирантки А. Кларк, исследовавшей производство, потребление и использование пластиковой посуды Turregware. Предпринятая ею попытка интегрировать историю дизайна и практик, которые были изобретены для ее распространения, получила положительный отклик как среди историков дизайна, так и его практиков [12].

Фокус на объектах дизайна в связи с проблемой социальной и культурной медиации осуществляется так же и в рамках исследования повседневности. Так, К. Фаллан свою книгу по теории и методологии истории дизайна начинает с рассуждений о том, что именно повседневные процессы могут стать ключом к пониманию дизайна, прежде всего, ориентированного на обыденные и привычные процессы и действия. Он утверждает: «История дизайна сегодня это уже не история объектов и их дизайнеров/создателей, а скорее история переводов, транскрипций, транзакций, транспозиций и трансформаций, что создает отношения между вещами, людьми и идеями» [13]. Могут быть тематизированы и «любительские практики, поведение пользователей и креативное потребление» [14], а также материальность вещи — через практики и действия, что может быть осуществлено в различных оптиках: феноменологической, аналитической, марксистской [15].

Б. Вальденфельс выявил несколько важных аспектов повседневности: противопоставление типичного индивидуальному, артикуляцию процессов вхождения в порядок повседневного и выпадения из него, опору на действия, материальный мир и пр. Одной из ключевых установок исследования повседневности является то, что «субъективное переживание четко противопоставляется объективным структурам и процессам, типичные практические действия — индивидуальным и коллективным деяниям, длительные ритмы — однократным эпохальным событиям, подвижные формы рациональности — идеальным конструкциям и точным методам» [16]. Такое противопоставление оказывается продуктивным при историзации дизайна, так как позволяет рассматривать объект дизайна в контексте соотнесения единичного опыта его производства с общими структурами и процессами. Причем наиболее удачные проекты дизайна, действительно, должны рассматриваться не в координатах уникальности, а в том, насколько они стали обыденными, как они вошли в порядок повседневности.

Концепт повседневности задает инструментарий для артикуляции типичного, обыденного, того, чем собственно, и объекты дизайна должны быть. Вальденфельс в качестве базовой установки исследования выделяет процессы «оповседневнивания» (Veralltaglichung) и «преодоления повседневности» (Entalltaglichung), в которых проявляется специфическая рациональность повседневности [17]. Эти процессы вхождения/выпадения из порядка повседневности во многом

обуславливают социальную биографию продуктов дизайнерской деятельности. Вальденфельс отмечает, что тематизация повседневности может осуществляться «исходя из субъекта, из объективно существующего мира тел, из социальных отношений, из процесса языкового общения или из становящихся автоматическими действий» [18], что неизменно затрагивает как объекты дизайна, так и практики, действия с ними связанные [19]. Применение методологии исследования повседневности к материалу дизайна делает необходимым определение инструментария для анализа объекта дизайна.

Подходы к изучению визуального измерения культуры в связи с социальными и экономическими процессами разрабатываются в марксистской оптике визуальных и культурных исследований. В рамках Бирмингемской школы разрабатывалось понимание культуры, в соответствии с которым были выявлены «обычные», а не «выдающиеся» объекты исследования (Р. Уильямс, Р. Хогарт, С. Холл). Культура рассматривалась как множество частных, социально и исторически обусловленных практик, детерминированных материальными условиями существования. Обмен значениями в культурных практиках всегда опосредован некоторым медиумом: фотографией, картиной, словами собеседника. Таким образом, ключевым понятием при анализе культуры и культурных практик становится «репрезентация», определяемая как производство значений/смыслов средствами языка и как способ, посредством которого общество (или доминирующая идеология) структурирует содержание и обуславливает способ видения.

С. Холл обозначает три исследовательских подхода к репрезентации: рефлексивный, интенциональный и конструктивистский [20]. Критическое осмысление понятия «реальности» позволяет перейти к конструктивистской модели аналитики репрезентации, согласно которой ни вещи сами по себе, ни индивидуумы не обладают монопольным правом определять и фиксировать значения в языке. Значение конструируется в процессе представления в языке и посредством языка и других знаковых систем. Таким образом, когда речь идет о культурной репрезентации, то подразумевается диалогический, исторически обусловленный процесс производства значений посредством какой-либо знаковой системы. Попытка рассматривать объект дизайна как форму культурной репрезентации позволяет реконструировать те значения, которыми наделяется объект в различные периоды «жизненного» цикла. Однако при таком подходе объект дизайна не может быть тематизирован с точки зрения опыта, что для практиков является ключевым.

Р. Пойнор поставил вопрос о том, почему рассмотрение визуальных объектов в парадигме визуальных исследований не соответствует тем способам видения и осмысления объектов графического дизайна, которые актуальны для дизайнеров-практиков [21]. Как формальную проблему, он отметил, что в рамках визуальных исследований обычно изучают кино, фотографию, рекламу, и каждая из перечисленных областей имеет отношение к дизайну. Однако при таком подходе затрагивается преимущественно проблематика социального эффекта этих медиа, а изучение их самих остается периферийным. Данное замечание имеет прямое отношение к проблематизации «материального» измерения вещей (объектов), которое остается без внимания, если реконструируются значения, которыми наделяются вещи в процессе социальных взаимодействий. П. Стокерсон показывает, как через историю дизайна пишется история социальных отношений — практик потребления, производства и т.п.; при этом сам объект дизайна

оказывается по-прежнему «невидимым». Автор высказывает предположение о том, что не видимым оказывается именно то измерение, которое обусловлено опытом: «в дополнение к конвенциональным знакам, для передачи сообщения или обеспечения связи опыта и концепта в дизайне используются “естественные” знаки, основанные на опыте. Это особенно очевидно в дизайне, сделанном в рамках Баухауза и Ульмской школы, в швейцарском дизайне, опирающихся на абстракции, а не описательные иллюстрации» [22].

Представляется, что история дизайна должна фиксировать как «материальное» (основанное на опыте), так и конвенциональное измерения объектов дизайна, которые обусловлены определенной логикой социальных отношений и воспроизводят ее. Тематизация «материальности» может осуществляться в ходе анализа объекта дизайна как формы культурной репрезентации в контексте проблематики повседневности, которая позволяет рассматривать визуальную форму в различных фазах ее «биографии», а так же способы включения объекта в социальный контекст и контекст взаимодействия индивидуального опыта с социальными структурами и процессами.

В современных работах по истории дизайна можно выделить несколько подходов к конструированию нарратива его истории: отраслевой, национальный, связанный с анализом культуры потребления и др. В конструктивистской традиции (история, социология), а так же в парадигме визуальных и культурных исследований история рассматривается как конструкт, репрезентирующий время. Каким же образом в каждом из названных подходов конструируется историчность дизайна и каковы принципы наделения объекта дизайна значением?

Наиболее распространенный способ построения истории дизайна связан с пространственными границами (страна, государство) и ориентирован на конструирование национальной идентичности [23]. Средствами дизайна могут актуализироваться и внедряться в обиход национальные мотивы и традиции, восходящие к народным ремеслам и промыслам, и др. [24]. Так, в период между двумя мировыми войнами на всемирных выставках 1925 и 1937 гг. преобладали национальные мотивы, а дизайн позиционировался как компонент национальной культуры в рамках государственной границы [25]. В немецком и итальянском павильонах была предпринята попытка конструирования связи нацистской идеологии и локальных традиций; американский павильон воспроизводил мотивы высотных зданий и небоскребов и т.п.

Книга Дж. Эйнсли посвящена истории графического дизайна Германии в 1890–1945 гг. и обращается к проблеме национального дизайна в условиях изменения политических границ [26]. Автор отмечает, что речь скорее должна вестись о графическом дизайне немецкого языка, поскольку издательское дело и печать обладали и национальными, и региональными характеристиками. Города зачастую определяли свою идентичность средствами типографики, что во многом определялось их производственными ресурсами, и уровнем мастерства печатников. Крайне популярны в Германии были готические шрифты, выбор в пользу которых был связан в том числе и со спорами относительно ручного и машинного труда, популярными в кругах движения «Искусства и ремесел». Романские шрифты, в основе которых лежали абстрактные пропорции, противопоставлялись готическим, сохранявшим экспрессию рукописного текста; сама экспрессия готической каллиграфии связывалась с национальным характером [27]. Со временем, благодаря механизации процессов печати, в обиход была введена коллекция

фрактурных шрифтов, которые могли использоваться повсеместно, что привело к стиранию различий в саморепрезентации отдельных территорий.

В данном контексте также важна работа П. Беттса, в которой исследуются способы конструирования идентичности средствами дизайна в Германии до и после Второй мировой войны. Она интересна и в методологическом плане, так как в ней удачно сочетаются два плана — история вещей, их формальные характеристики, которые оставались практически неизменными, и политический и культурный контекст.

Автор отмечает, что с 1925 по 1965 г. дизайн вещей не претерпевал значительных изменений, в то время как радикально менялись культурные значения, а также способы репрезентации и позиционирования немецкого дизайна [28]. В контексте нацистского режима дизайн выполнял функцию эстетизации отношений между людьми и властью (основной фокус — на дизайне публичных пространств и прославлении народа, милитаризм); в ФРГ дизайн стал выполнять функцию эстетизации отношений между человеком и вещью в частном пространстве (культ индивидуального образа жизни, индивидуального потребления). Вместе с дистанцированием от нацистской идеологии в ФРГ предпринимались попытки дистанцироваться и от влияния американского коммерциализма — вместо этого конструируется связь между дизайном и гуманистической этикой. Еще одним полюсом относительно, которого встраивалась специфика западногерманского дизайна стали социалистические традиции Баухауза. Учитывая, что Восточная Германия отрёклась от наследия Баухауза, в ФРГ был инициирован проект обновления его традиций, но уже без отсылок к социалистической идеологии.

Дизайн ФРГ разворачивался на поле семейных ценностей и индивидуального потребления, современных товаров и технологического прогресса [29]. В 1950–60-е гг. наблюдался всплеск выпуска журналов с изображениями интерьеров, советами по домоводству и пр., представлявшие новый образ семьи, окруженной современными товарами и бытовой техникой — всем тем, что должно сформировать идеологию «семейного благополучия» и дистанцировать современность «от нацистского прошлого, американского настоящего и возможного коммунистического будущего».

Другим распространенным подходом является конструирование отраслевой истории дизайна (что не исключает воспроизведения национальной компоненты). Книгу Ф. Мегса можно отнести к числу наиболее популярных изданий (ее переиздавали пять раз) несмотря на то, что в ней воспроизводятся парадигматические черты истории искусства: нарратив строится вокруг фигуры автора и структурирован хронологически; устанавливаются причинно-следственные связи между направлениями и школами; нарратив опирается на эстетические характеристики объектов графического дизайна; его история возводится к древним временам (первые формы письменности) [30]. Центральным элементом истории графического дизайна сделана история шрифта (с распространением печатных технологий практики рукописного письма не рассматриваются). При таком подходе, различия между печатным (визуальным) продуктом доиндустриального, индустриального и постиндустриального общества не проблематизируются, а критики книги Мегса повторяют то, что обычно высказывается в адрес традиционной истории искусств.

В такого рода нарративах социальный контекст используется в качестве фона непрерывной эволюции стилей. И такого рода история дизайна

востребована его практиками, поскольку достаточно большое внимание она уделяет анализу формальных характеристик графических объектов. Для практиков ценность представляет не столько исторические реконструкции, сколько вариативность того или иного элемента, используемого в графическом дизайне. «Материальность» объектов графического дизайна выступает в качестве композиционных и графических решений для печатной продукции, их изменений в связи с модернизацией технологий репродуцирования и т.п.

В книге Р. Холлиса структурирующим элементом нарратива являются технологии репродуцирования [31], а вместе с ними и институциональная организация искусства и, собственно, профессиональной сферы графического дизайна 1960-х гг. При этом история дизайна рассматривается в контексте национальных границ и периодизации политической истории, которая определяет социальную функцию дизайна в терминах пропаганды во время Первой и Второй мировых войн и рекламы в межвоенный и послевоенный периоды. Таким образом, в книге используется весьма распространенный способ конструирования связи между объектом графического дизайна и социальным контекстом средствами «политизации», что позволяет увидеть в истории дизайна форму репрезентации национальной истории.

Изучение истории дизайна в контексте практик потребления реализовано в книге Дж. Вудхэма, которая стала важным этапом в критическом осмыслении теоретических основ истории дизайна [32]. Автор анализирует формальные характеристики бытовых вещей — мебели, печатной продукции, витрин — и способы их включения в социальные практики; для него важна не только сама вещь, но и то, как она становится доступна потребителю (вопросы производства затрагиваются в меньшей степени). Автор показывает, как то, что в истории дизайна оформляется в качестве магистральной тенденции, может самым неожиданным образом преломляться в логике потребления. В книге сохраняется хронологический принцип изложения материала, но нарратив строится вокруг социокультурных изменений XIX–XX вв. Сопоставление артефактов известных дизайнерских направлений, типа Веркбунд, и массово-тиражируемой продукции позволяет реализовать комплексный взгляд на исторические особенности дизайна. Другим важным моментом данной работы является включение в нарратив неевропейских феноменов: помимо Западной Европы и США упоминается Восточная Европа и Азия, преимущественно — Китай. В книге так же затрагивается вопрос воспроизводства национальной идентичности средствами дизайна и специально рассматривается история потребления вещей, отсылающих к национальным традициям [33].

Попыткой показать историю дизайна в напряженном социально-политическом контексте является сборник статей «Модерн времен холодной войны», подготовленный в связи с выставкой в Музее Виктории и Альберта, на которой были представлены плакаты, живопись, графика, фильмы, предметы одежды, фотографии, предметы мебели и пр., и вышедший под редакцией Д. Кроули и Д. Павит [34]. Все многообразные артефакты здесь рассматриваются как документы, позволяющие реконструировать две противоборствующие культурные парадигмы эпохи холодной войны и показать, что холодная война велась не только военными и политиками, но и на уровне повседневных вещей и образов. Авторы отмечают, что в эту эпоху были заданы жесткие полюса — утопический мир будущего, связанный с достижениями индустриализации, и катастрофический мир — мир полного уничтожения.

Важность анализа дизайна в контексте двух модернов холодной войны заключается в том, что в историю дизайна включается политическое измерение, которое позволяет реконструировать логику производства и использования вещей. Составители сборника отмечают, что дизайн в данном контексте являлся центральным феноменом, как в риторическом, так и материальном отношении [35]. Объекты дизайна, как произведения искусства, вмещали в себя и страхи, связанные с ядерной войной и химическими атаками, и оптимизм по поводу послевоенной модернизации, а затем и скепсиса по отношению к технологиям. В период между двумя мировыми войнами дизайн призван был решать социальные проблемы, в эпоху холодной войны он был ориентирован на «экзистенциальные» вопросы. Так, появляется концепция «хорошего дизайна», которая подразумевает этическое измерение при формировании механизмов потребления. Тем не менее, свободное экспериментирование с материалами и формами в духе школы Баухауза, в контексте культуры потребления оборачивалось бесконечными вариациями, в которых не было уже энергетики объектов Баухауза.

Несмотря на наличие общей концепции холодной войны, авторам проекта удалось построить исследование вокруг разного рода предметов с целью выявления как их конвенционального измерения, так и опыта использования. Сопоставление достаточно большого количества вещей, взятых из различных сфер (архитектура, одежда, автомобили, фотографии, живопись), позволило представить реконструкцию эпохи холодной войны как некую множественность, уйдя от линейной последовательности. Для авторов было важно сопоставить объекты дизайна в синхронии, а также сравнить различные регионы, что позволяет проблематизировать те значения, которыми наделяются объекты дизайна в определенном социальном контексте. В рассмотренных работах по истории дизайна наиболее продуктивными кажутся те попытки историзации, в которых объекты дизайна помещаются в контексты подвижных, множественных и исторически конкретных практик. Реконструкция значений, которыми наделяются объекты дизайна в этих контекстах, позволяет выявить конвенциональное измерение объектов дизайна.

Попытки представить историю дизайна в русскоязычной литературе выстраиваются в единой логике. Большая заслуга в развитии данного направления исследований принадлежала В. Л. Глазычеву — автору многочисленных публикаций по истории дизайна и архитектуры. Согласно его наблюдению, высказанному еще в 1970 г., существует множество определений дизайна, и «всякая попытка определить время возникновения дизайна является скрытым определением» [36]. В истории дизайна существуют три точки отсчета: доисторические времена, и в таком случае дизайн включает в себя любые попытки эстетизировать предметы обихода; индустриальная революция середины и конца XIX в.; наконец, экономический кризис в США конца 1920-х гг. Отнесение начала дизайна ко времени модернизации практических всех сфер культуры — начало XX века, — и распространения серийного производства позволяет выявить своеобразие феномена дизайна по отношению к широкому спектру деятельности, связанной с ремесленничеством, декоративно-прикладным искусством и др.

Авторы большей части историй дизайна, изданных на русском языке, придерживаются первой датировки, что не позволяет им отделить дизайн от декоративно-прикладного искусства. В русскоязычной литературе также установилась традиция написания общей истории

дизайна, в которой промышленный и графический дизайн объединяются, и использования хронологического принципа систематизации данных, организации их в некую линейную последовательность. Примечательно, что в истории дизайна, как правило, делается акцент на 1920–30 гг., более поздняя история советской технической эстетики и художественного конструирования (дизайна) дается очень кратко или вовсе опускается. В этом отношении хорошим примером является учебное пособие А. Н. Лаврентьева, в котором объекты дизайна представлены в логике линейной хронологии, но объемы информации непропорциональны: наибольшее внимание уделяется периоду 1920-х гг., а период 1960–70-х уместился на нескольких страницах [37]. Видимо, можно сказать, что советское наследие еще не достаточно освоено и осмыслено и пока не укладывается в готовые нарративные формы.

В то же время, объем и многогранность советского наследия часто демонстрируют выставки и экспозиции, например — прошедшие в Вильнюсе и посвященные промышленной графике и архитектуре прибалтийских стран [38]. Важным источником информации о советском наследии в области дизайна являются периодические издания. С 1957 г. выходил журнал «Декоративное искусство СССР», с 1966 — «Техническая эстетика», с 1983 г. — минский журнал «Мастацтва Беларусі». В журналах публиковались интервью с ведущими дизайнерами Европы, история дизайна была представлена в лицах и, можно сказать, из первых уст.

Во второй половине 1960-х гг. появляется множество публикаций Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (ВНИИТЭ), работавшего в Москве, а так же его белорусского филиала. Это наследие еще предстоит осмыслить, и знаковым в данном отношении стало издание неопубликованных ранее работ лаборатории общетеоретических проблем отдела теории и методов художественного конструирования института [39]. Сборник представляет работы 1965–1968 гг., но не позволяет реконструировать общую картину институциональной логики функционирования ВНИИТЭ и историю его продукции. Отличительной чертой публикаций ВНИИТЭ было наличие достаточно детально разработанной теоретической [40] и методологической базы художественного конструирования (что нашло отражение в материалах журнала «Техническая эстетика») и практики наглядной агитации или создания товаров, которое осуществлялось исходя из наличных возможностей и потребностей.

Можно предположить, что теория определяет деятельность дизайнеров скорее в симптоматическом ключе. Например, довольно трудно объяснить то огромное внимание, которое специализированные журналы уделяли Баухаузу. Парадоксально то, что в самом Баухаузе не разрабатывалось теорий и методологий — перед школой стояли вполне прагматические задачи подготовки художников для работы на предприятиях. Отсюда — большое количество курсов, связанных с материалами, выработка принципов формальной композиции и принципов работы с цветом. В СССР, напротив, огромное значение придавалось процессу проектирования, и выражение «бумажная архитектура» хорошо характеризует ситуацию в области технической эстетики и художественного конструирования в целом. Большое количество нереализованных проектов ВНИИТЭ доказывает то же самое.

Фактически, весь теоретический и методологический аппарат ВНИИТЭ был направлен на разработку подходов к проектированию, но централизованная система принятия решений не давала возможностей

для реализации проектов на производстве. В. Л. Глазычев отмечал, что результаты художественного проектирования находили свое воплощение в «нормативных и административных установках», которые не оказывали влияния на практическую работу [41]. В эту логику укладывается деятельность Сенежской студии, в рамках которой создавались проекты, не предназначавшиеся для реализации.

Таким образом, при историзации советского наследия важно учитывать институциональную организацию дизайнерской деятельности, что позволяет понять логику сосуществования как реализованных массовым тиражом проектов, так и «бумажных» творений. Наделение этих проектов значением важно и в период их создания, и производства, и потребления. Не менее важным представляется и этап использования объектов дизайна, или то, что Мишель де Серто обозначает как «вторичное производство». Подобные концептуальные установки лежат в основе работы Н. Б. Лебиной и А. Н. Чистикова [42]. В книге собран материал относительно поведения и тактик выживания советских граждан в период НЭПа и «оттепели». В статьях Е. Деготь «От товара к товарищу : к эстетике нерыночного предмета» и Г. Орловой «Апология странной вещи: “маленькие хитрости” советского человека» демонстрируется та же логика [43]. Ключевой момент советской повседневности — «товарищеское» отношение советского человека по отношению к вещам, которое формируются в силу трудной их доступности, а так же необходимости доведения их до функционального состояния в процессе потребления и использования.

Публикации многих советских научно-популярных журналов были посвящены описанию способов и уловок, позволяющих, например, починить или продлить «жизнь» вещи и т.п. Примечательно в этих публикациях то, что на страницах журнала становились видимы производство брака, дефицит товаров и возникающая отсюда необходимость совершенствования вещи и даже расширения ее функциональности. Тактики преобразования вещей находили свое дискурсивное выражение и в художественной литературе, в основном — в юмористическом жанре (например, рассказах М. Зощенко, С. Довлатова; повесть А. Солженицына «Архипелаг ГУЛАГ» завершается рассказом о заготовке леса и отчетности производства ЗК). Таким образом, в советской культуре эти тактики оказываются видимыми, они легитимированы научно-популярными журналами, литературой, а значит — допускаются (и даже поощряются) политическим режимом.

То, каким образом вещь использовалась в повседневных практиках, важно и для создания истории промышленной графики или графического дизайна, например, на материале наглядной агитации, оформления рекламы и торговых марок. Основное отличие данной сферы от художественного конструирования может заключаться в том, что промышленная графика и наглядная агитация были сферами прикладной деятельности и ориентированы были на внедрение. Тем не менее, и здесь создается множество правил, норм, методических рекомендаций, призванных регулировать деятельность по созданию и использованию наглядной агитации и промышленной графики. При наделении значением объектов наглядной агитации важно учитывать то, каким образом художники и иные ее создатели соотносились с установленными нормами и правилами.

Так, в методических изданиях по наглядной агитации 1932–1982 гг. отмечаются одни и те же проблемы: непродуманное, случайно и бессистемное размещение материалов наглядной агитации: «массовая изопр-

дукция используется многообразно и бессистемно. Сплошное завешивание стен плакатами и “лубками” без всякого разбора»; плакат как картинка для вырезания и как предмет «художественной» экспозиции — вот в каких рамках протекает «культурная и политическая работа с материалом массовой изопродукции. Все это позволяет с уверенностью заявить о том, что плакатом и лубком мы пользоваться не умеем»; привычка покупать и вешать плакат на основании того, что проходит какая-то компания, что надо «украсить» помещение и что массовая изопродукция дешева, — «эта привычка должна быть изжита» и т.д. Примерно такого же характера замечания публикуются и 50 лет спустя [44].

Подобные тексты демонстрируют, что использование объектов наглядной агитации зачастую не укладывается в устанавливаемую политическую логику и диктуется ситуативными потребностями, а, следовательно, значения, которые обретает объект в процессе использования или «вторичного производства», могут значительно отличаться от тех, которые предполагаются создателями. Использование наглядной агитации укладывается в общую логику производства, потребления и использования вещей, что было хорошо показано в работах Е. Деготь и Г. Орловой, а так — продемонстрировано на выставке «Память тела. Нижнее белье советской эпохи» [45].

В общем же, можно отметить, что историзация советского наследия в сфере дизайна пока остается довольно сложной задачей. Расширение исследовательской оптики, учет практик производства, потребления и использования объектов дизайна позволяют удерживать как институциональную логику производства норм и правил, регулирующих данную деятельность (что в советское время являлось не маловажным, по меткому замечанию В. Л. Глазычева), так и самих вещей. Важно выявлять и те значения, которые обретают вещи в практиках их потребления и использования. Такой подход позволяет дистанцироваться от восприятия объектов дизайна исключительно в контексте политической истории, а также представить и конвенциональное, и пластическое измерения объекта дизайна, что сделать историю дизайна доступной и интересной для его практиков.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] *Fallan, K.* Design history: understanding theory and method. Berg Publishers, 2010. P. 5.

[2] См.: *Fallan, K.* Op. cit.; *Margolin V.* The politics of the artificial: essays on design and design studies. Chicago, 2002.

[3] Design research journal ranking study: preliminary results. July 2008 // Journal of Product Innovation Management. 2011. Vol. 28. Issue 3.

[4] Практически все историки дизайна являются или являлись его практиками, см.: *Poynor R.* Out of the studio: graphic design history and visual studies // Design Observer [Электронный ресурс]. 2011. 1 October. URL: <http://observatory.designobserver.com/feature/out-of-the-studio-graphic-design-history-and-visual-studies/24048/> (дата обращения 15.06.2012).

[5] В англоязычной литературе распространен термин design research, который в данной работе переводится как «исследование дизайна»; в русскоязычной литературе принят термин «теория дизайна».

[6] Проблема «полезности» истории и исследований дизайна для практиков стала центральной в журнале «Вопросы дизайна» середины

1980-х и 1990-х гг. См., например: *Dilnot C.* The state of design history, part 1: Mapping the field // *Design Issues*. 1984. Vol. 1, № 1. P. 4-23.; Eodem. The state of design history, part 2: Problems and possibilities // *Ibid.* Vol. 1. № 2. P. 3-20; *Margolin V.* Design history or design studies: subject matter and methods // *Ibid.* 1995. Vol. 11. № 1. P. 4-15; *Woodham J. M.* Resisting colonization: design history has its own identity // *Ibid.* P. 22-37; *Whiteley N.* Design history or design studies? // *Ibid.* P. 38-42.

[7] *Margolin V.* Op. cit.

[8] *Appadurai, A.* Introduction: commodities and the politics of value // *The social life of things. Commodities in cultural perspective.* Cambridge, 1986. P. 5. (Cambridge studies in social and cultural anthropology).

[9] *Вахштайн В.* Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // *Социология вещей.* М., 2006. С. 10-17.

[10] *Material cultures. Why some things matter / ed. D. Miller. L., 1998; Clarke A.* Tupperware – the promise of plastic in 1950s America. 1999.

[11] *Miller D.* Introduction. Why some things matter // *Material cultures...* P. 5-7.

[12] *Fallon K.* Op. cit. P. 20.

[13] *Ibid.* P. VIII.

[14] *Ibid.* P. XVI.

[15] См.: *Вальденфельс Б.* Повседневность как плавильный тигель рациональности // *Социо-Логос.* Вып. 1: Общество и сферы смысла. М., 1991. С. 17.

[16] Там же.

[17] Там же.

[18] Там же. С. 19.

[19] А.Шютц так же указывал на предметно-телесную закрепленность повседневности, см.: *Шютц А.* Смысловая структура повседневного мира : очерки по феноменологической социологии. М., 2003.

[20] См.: *Hall S.* The work of representation // *Representation: cultural representations and signifying practices.* Milton Keynes, 1997. P. 13-74.

[21] *Poynor R.* Op. cit.

[22] *Storkerson, P.* Antinomies of semiotics in graphic design // *Visible Language.* 2010. Vol. 44. № 1. P 5.

[23] *Betts P.* The authority of everyday objects. a cultural history of West German industrial design. Berkeley, Los Angeles, 2004. P. 12.

[24] Chapter 4: Design and national identity // *Woodham J. M.* Twentieth-century design. Oxford, 1997. P. 87-109.

[25] Пример того, как идентичность в африканских колониях конструируется внутри установленных колонизаторами границ, см. в кн.: *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М., 2001.

[26] *Aynsley J.* Graphic design in Germany, 1890–1945. Berkeley, Los Angeles. 2000. P. 14.

[27] Там же. С. 19.

[28] *Betts P.* Op. cit. P. 11.

- [29] Там же. С. 17.
- [30] *Meggs Ph. B., Purvis A. W.* Meggs' history of graphic design. 5th ed. 2012. 624 p.
- [31] *Richard H.* Graphic design: a concise history. L., 2001.
- [32] *Woodham M. J.* Twentieth-Century Design. Oxford ; N.Y., 1997.
- [33] Ibid. P. 131.
- [34] Cold War Modern. Design, 1945–1970 / ed. *D. Crowley, J. Pavitt.* L., 2008.
- [35] Ibid. P. 14.
- [36] *Глазычев В.* О дизайне (Очерки по теории и практике дизайна на Западе). - М.: «Искусство», 1970. С. 7.
- [37] *Лаврентьев А. Н.* История дизайна : учеб. пособие для высш. учеб. заведений по специальности 052400 «Дизайн». М., 2006. 303 с.
- [38] Проблемой оказалось отсутствие материалов в музейных коллекциях, что вызвало необходимость искать объекты дизайна у частных лиц. Достаточно проблематичной была и процедура атрибуции, несмотря на незначительную временную дистанцию.
- [39] Теоретические и методологические исследования в дизайне / сост.: *О. И. Генисаретский, Е. М. Бизунова* ; предисл. *Е. М. Бизунова.* М., 2004. 327 с.
- [40] Например: «...современный период развития отечественного дизайна оценивается... как переломный и даже кризисный... Преодоление кризиса связывается с необходимостью усиления и углубления профессиональной рефлексии». См.: *Бизунова Е. М.* Дизайн 60-х: поиски концептуальных основ (вместо предисловия) // Теоретические и методологические исследования в дизайне... С. 8. Или: «мы являемся свидетелями и участниками интереснейшего социального процесса — обособления деятельности проектирования, превращения ее из элемента производства в автономную сферу массовой деятельности», см.: *Генисаретский О. И.* Приложение. Ценностный смысл обособления проектирования // Там же. С. 363.
- [41] *Глазычев В. Л.* Способы представления художественного конструирования // Там же. С. 74.
- [42] *Лебина Н. Б., Чистиков А. Н.* Обыватель и реформы : картины повседневной жизни горожан в годы НЭПа и хрущевского десятилетия. СПб., 2003.
- [43] *Деготь Е.* От товара к товарищу : к эстетике нерыночного предмета // Логос. 2000. № 5-6; *Орлова Г.* Апология странной вещи : «маленькие хитрости» советского человека // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34).
- [44] См.: *Герценберг В.* Плакат в политпросвет работе. М. ; Л., 1932. С. 62-69; Состояние и некоторые проблемы совершенствования наглядной агитации // Пропагандистский вестник. Минск, 1982. С. 13.
- [45] Выставка прошла в 2000–2001 гг. и была организована Государственным музеем истории Санкт-Петербурга, Немецким институтом Гете, Государственным центром современного искусства, Нижегородским филиалом фонда «Художественные проекты».

© Пигальская А. М., 2012

Статья поступила в редакцию 28 мая 2012 г.

Пигальская Алла Михайловна,
лектор кафедры медиа,
Европейский гуманитарный университет (Вильнюс, Литва)
e-mail: alla.pigalskaya@ehu.lt

UDC 745/749.03

Pigalskaya A.

Construction of the Design History and Its Practices

Abstract. The article discusses a range of theoretical, methodological, and empirical approaches to the construction of design history within the context of political history and consumption practices and in relation to the study of visual and everyday culture. The author considers necessity of historicisation not only of the design object, but also of its production practices. The state of the Soviet design history research is reviewed.

Keywords: historicisation, design history, design historiography, practices of everyday life, consumption practices, Soviet design

Pigalskaya Alla Mikhailovna,
Lecturer at the Academic Department of Media,
European Humanities University (Vilnius),
e-mail: alla.pigalskaya@ehu.lt