

**ТЕОРИЯ «ЗНАЧЕНИЯ АРТЕФАКТОВ В ЭКОЛОГИИ»  
КЛАУСА КРИППЕНДОРФА**

**KLAUS KRIPPENDORFF'S THEORY  
OF "MEANING IN AN ECOLOGY OF ARTIFACTS"**

*Х.С. Гафаров<sup>1)</sup>, Ю.Ю. Гафарова<sup>2)</sup>*

*H.S. Gafarov<sup>1)</sup>, J.J. Gafarova<sup>2)</sup>*

Белорусский государственный университет  
Минск, Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Belarus

*e-mail: <sup>1)</sup>hassangafarov@gmail.com, <sup>2)</sup>julia.j.gafarova@gmail.com*

Статья посвящена теории «значения в экологии артефактов» Клауса Криппендорфа. Рассматриваются предпосылки создания этой теории, сравниваются общие подходы биологического и технологического понимания экологии, описываются системы взаимодействия артефактов, выявляются механизмы формирования экологического значения, отмечается важность создания мифологии дизайна.

The article is devoted to the theory of "meaning in an ecology of artifacts" by Klaus Krippendorff. In this paper authors consider the prerequisites for the creation of this theory, compare the approaches of biological and technological understanding of ecology, describe the systems of interaction of artifacts, identify the mechanisms of the formation of ecological meaning, emphasize the importance of creating the mythology of design.

*Ключевые слова:* экология; экология артефактов; экологические значения; технологические кооперации; мифология.

*Keywords:* ecology; ecology of artifacts; ecological meanings; technological cooperatives; mythology.

***Введение***

Закрытие Ульмской школы дизайна (1953–1968) актуализировало в западной теории дизайна разработку теоретических и методологических подходов, ориентированных на пользователя. В отличие от теоретиков Ульма, изучавших технологические, морфологические и утилитарные функции продукта, сторонники новых подходов сосредотачивают внимание на «языке продукта», на его чувственно-воспринимаемых, сенсуальных функциях, развивая утилитарные, формально-эстетические, семантические, знаковые и символические аспекты дизайна.

Один из вариантов «семантики продуктов» был предложен выпускником Ульма Клаусом Криппендорфом (Klaus Krippendorff) – профессором Школы коммуникации Анненберг Университета Пенсильвании.

Термин «семантика продукта» Криппендорф и его соавтор Рейнхарт Буттер (Reinhardt Butter) ввели в научный оборот в 1984 году, определив «как исследование символических качеств вещей и инструмент дизайна для улучшения этих культурных качеств» [1]. Термин вошёл в широкое употребление, а семантика была признана ключом к использованию преимуществ информационной революции. В 1989 году Криппендорф дал развернутое определение того, чем является семантика продуктов: (1) систематическим изысканием того, как люди приписывают значения артефактам и соответствующим образом взаимодействуют с ними, (2) тезаурусом и методологией проектирования артефактов с учетом значений, которые они могут приобрести для пользователей и сообществ стейкхолдеров [2]. С 1990 года семинары по семантике продукта стали проводиться по всему миру. Для семинаров дизайнеров Северной Европы Криппендорф написал программную статью, в которой обратил особое внимание на антропологический компонент методов дизайна. В полемике с неофункционализмом Ульма, следовавшим известному девизу «форма следует за функцией», Криппендорф продвигает принцип «значение важнее, чем функция», поскольку дизайн придаёт предметам смысл, делает их понятными, и речь идёт о восприятии, опыте и интерпретации продуктов пользователем, зависимым от культурного контекста [3].

Сквозной идеей теории семантики продукта является учение об экологии артефактов, которое и будет рассмотрено в данной статье.

***Сдвиг парадигмы: от технологически-ориентированного к человеку-ориентированному видению***

В 2006 году была опубликована монография Криппендорфа «Семантический поворот: Новое основание дизайна» [3]. В этой работе теория семантики продукта развивается и трансформируется. Семантика продукта рассматривается Криппендорфом как один из аспектов фундаментального семантического поворота. В ней Криппендорф подробно рассматривает философские и научные основания, на которых он выстраивает свою версию человеко-центрированного дизайна.

Необходимо прояснить три важных для понимания теории Криппендорфа моменты.

Первый момент связан со спецификой использования Криппендорфом самого понятия «семантика». Каждый специалист трактует это понятие в рамках собственной дисциплины – логик, лингвист, семиотик, программист будут подразумевать под семантикой разное. Криппендорф, говоря о семантике, обращается к «общей семантике» влиятель-

ного польско-американского логика Альфреда Кожибского (Alfred Korzybski)<sup>1</sup>.

Второе понятие Криппендорфа, требующее специального пояснения, – это понятие «поворота». Парадигматическим стало понятие «лингвистического поворота», предложенное в 1960 году австро-американским философом, участником «венского кружка» Густавом Бергманном (Gustav Bergmann). Оно стало популярным и вошло в широкий научный оборот благодаря антологии, изданной в 1967 году под редакцией известного американского философа Ричарда Рорти (Richard Rorty). И хотя Криппендорф говорит о «семантическом повороте», однако на самом деле описывает смену парадигм, сдвиг парадигмы в практике дизайна артефактов – промышленных, графических, информационных, архитектурных и социальных – от изучения того, как функционируют артефакты, к тому, что они значат для заинтересованных лиц. Эта смена парадигмы и зафиксирована в подзаголовке книги – «Новое основание дизайна».

Различение Криппендорфом смысла и значения – это третий момент, требующий специального пояснения. Смысл, по Криппендорфу, – это ощущение контакта с миром без размышлений, толкований или объяснений. Это ощущение включает в себя зрение, слух, осязание, вкус, обоняние и даже кинестетическое чувство. Значение же, опираясь на экологическую теорию восприятия Джеймса Гибсона (James Gibson) и символический интеракционизм Джорджа Мида (George Mead) и Герберта Блумера (Herbert Blumer), Криппендорф определяет как воспринимаемую возможность. Значение – это структурированное пространство, сеть ожидаемых чувств, которая позволяет управлять вещами, другими людьми, самим собой. Значение – это всегда чья-то конструкция, точно так же, как смысл – это всегда чей-то смысл, и, следовательно, значения всегда воплощаются в их наблюдателе. Значения проявляются в использовании языка, но особенно в том, что касается взаимодействия человека с артефактами. Значения не являются фиксированными. Участие человека во взаимодействии с артефактами характеризуется концептуальной открытостью. Значения вызываются смыслом, а смысл

---

<sup>1</sup> Согласно Кожибскому, общая семантика – это исследование взаимодействия человека с миром, его реакции на мир, его собственных реакций на свои реакции и на реакции других людей, в результате которых изменяется поведение человека. Познание человеком мира ограничено структурой его нервной системы, а также структурой языка. Человек не может переживать мир непосредственно, но взаимодействует с ним опосредовано, через «абстракции», то есть через невербальные впечатления или сведения, полученные центральной нервной системой, и их вербальные индикаторы, выраженные в языке.

всегда является частью того, что он вызывает. Таким образом, текущий смысл – это метоним того, что он означает, особенно того, что можно делать в его присутствии. Значение как пространство возможностей является отправной точкой концептуализации семантического поворота.

Таким образом, «семантический поворот» Криппендорфа описывает не просто очередной методологический поворот в теории дизайна, но «сдвиг парадигмы» в дизайне артефактов. Акцент во всеобщем восприятии дизайна смещается с проблемы функционирования артефактов на проблему воздействия артефактов на потребителя. Этот поворот фиксирует различие технической, нерелевантной по отношению к потребителю работы артефактов и человеко-ориентированным взаимодействием с артефактами, заданным социально, культурно и индивидуально. Деятельность дизайнеров, ориентированных на человека, должна заключаться, к примеру, в разработке «гуманных» интерфейсов, которые осмысленны, просты в использовании, приятны для восприятия. Криппендорф выделяет то, что является аксиоматичным для человеко-ориентированного дизайна: люди реагируют не на физические свойства вещей, не на их форму, структуру и функции, но на их индивидуальные и культурные значения. Эта предпосылка радикально порывает с функционалистскими традициями в дизайне и задаёт основание новой парадигмы [3, с. XIV].

Семантический поворот в дизайне связан с рядом общекультурных, интеллектуальных и философских сдвигов, которые были вызваны радикальными изменениями в социальной и технологической среде. Криппендорф описывает переход от неофункциональной методологии Ульма к конструктивистской методологии как переход от технологически-ориентированного дизайна индустриальной эры к человеко-ориентированному дизайну постиндустриальной эры. Изменения в социальных измерениях в качестве бинарных оппозиций представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Бинарные оппозиции индустриальной и постиндустриальной эры**

<b>Социетальные изменения</b>	<b>Индустриальная эра</b>	<b>Постиндустриальная эра</b>
базовые формы обращения	материя и энергия	внимание отдельных людей и сообществ
основные формы неравенства	экономическое	доступ к технологиям, ноу-хау, образованию
доминирующие структуры	иерархии обязательств	сети (гетерархии) обязательств
конфликты	войны за территории	рыночная конкуренция, зрительские виды спорта, выборы
знание	научные теории природы	социально-конститутивные, трансформирующие теории
онтологические объяснения	механический / причинный способ объяснения	способность создавать, конструировать и реализовывать
дизайн	технологически-ориентированный	человеко-ориентированный

В свою очередь, переход от индустриального к постиндустриальному обществу был связан с новыми технологиями, использование которых привело к смещению акцентов с механизмов как «протезов человеческого организма» на сложные саморегулирующиеся системы как «протезы человеческого интеллекта». Появление технологий, которые расширяют, моделируют и заменяют способности, до этого считавшиеся уникальными, присущими лишь человеку, и академических дисциплин, которые исследуют эти инновации – от кибернетики и когнитивных наук – приводит к формированию нового образа человека, на что и должен реагировать дизайн. Самая важная часть этого нового образа связана с использованием языка, диалога и дискурса.

Трансформацию дизайна от «технологически-ориентированного» к «человеко-ориентированному» Криппендорф описывает как переход

- от разработки продуктов к разработке артефактов,
- от веры в технический прогресс к заботе об «удобных» артефактах,
- от универсальных концепций дизайна к признанию локальных эстетик,

– от навязывания предполагаемых функций продуктов до предоставления людям возможности использовать их по-своему,

– от фигуры дизайнера как одинокого гения или авторитета к образу дизайнера, который может работать в команде, сотрудничать с пользователями и привлекать все заинтересованные стороны к разработке совместных проектов,

– от внимания к объектам, продуктам, материальным артефактам (онтология дизайна) до осознания процессов конструирования и реконструкции (эпистемология дизайна) искусственных миров, ориентированного на создание осмысленной комфортной среды для каждого отдельного пользователя.

Человеко-ориентированность у Кrippендорфа антропоцентрична. Однако это не ренессансный антропоцентризм, противопоставляющий человеческий дух материальному началу. Было бы также ошибочно думать о семантическом повороте как о простом переходе от картезианского противопоставления совершенной (абсолютной) объективности и склонной к ошибкам субъективности к противоречию между ограниченной технологией и безграничной человеческой креативностью. Именно этот дуализм человеко-ориентированный дизайн хочет снять, сохраняя одновременно фокусировку и на технологиях, и на отдельном человеке.

Опираясь на идеи известного американского теоретика дизайна Дональда Нормана (*Donald Norman*) [4] Кrippендорф сопоставляет отношения к людям и машинам, заданное ориентацией на человека или на технологии (таблица 2).

Таблица 2

**Технологически-ориентированное и человеко-ориентированное видение**

Технологически-ориентированное видение		Человеко-ориентированное видение	
человек	машина	человек	машина
неточен	точна	креативен	некреативна
дезорганизован	организована	адаптируем	ригидна
рассеян	сфокусирована	контекстно-зависим	контекстно-независима
эмоционален	рациональна	изобретателен	лишена воображения
алогичен	логична	многозадачен	способна быстро выполнять однотипные операции

### *Теории значения Клауса Криппендорфа*

На хорошо фундированном основании парадигмального сдвига базируются четыре взаимодополнительных теории значения Клауса Криппендорфа. Он разрабатывает систему взаимосвязанных концепций «значения используемых артефактов», «значения артефактов в языке», «значения в жизни артефактов» и «значения артефактов в экологии».

Теория «значения артефактов в применении», т.е. теория, посвященная изучению значения артефактов в контексте их индивидуального использования человеком, – это исходный пункт сети теорий. Теория «значения артефактов в языке» ориентирована на исследование артефактов в контексте языка, человеческого общения или социального использования. Теория «значения в жизни артефактов» – на исследование артефактов в контексте их «жизненного цикла», от изобретения до исчезновения. Теория «значения в экологии артефактов» – на исследование значения в сетях артефактов или сетях технологий. Это нить, которая связывает теории вместе, концепция значения, человеческого участия.

В рамках теории «значения в экологии артефактов» Криппендорф рассматривает значение артефактов в цикле их сосуществования и, таким образом, предлагает *теорию техники*, изучающую, как виды артефактов взаимодействуют друг с другом, и *социальную теорию* («культуру дизайна»), изучающую, как пользователи взаимодействуют с дизайном артефактов. Подчеркивая участие человека как в создании артефактов дизайна, так и в их использовании с помощью новых технологий, конструирующих новую социальную реальность и новую культуру, Криппендорф указывает на ориентированность культуры *постиндустриальной* эпохи на дизайн, в отличие от дизайна индустриальной эпохи, который был ориентирован на научную культуру. Индустриально-ориентированная культура должна быть заменена человеко-ориентированным дизайном или *культурой дизайна*. По Криппендорфу, в культуре дизайна разница между дизайнерами и пользователями стирается. Профессиональным дизайнерам необходимо дать возможность перепроектировать свои проекты тем, кто в них заинтересован [5, с. 30].

Дизайн интеллектуальных артефактов предполагает, что старый лозунг промышленного дизайна «форма следует за функцией» уже совершенно не валиден, и необходимо говорить о том, что «люди воздействуют не на физические качества вещей, а на то, что они для них значат» [3, с. 47].

Технологически-ориентированный дизайн обращается к техническим аспектам артефактов. Такой дизайн описывает свой предмет в

терминах, которые обычные пользователи могут не понимать, и применяет критерии проектирования, которые не интересуют юзеров данных технологий. Обращение к значениям, которые пользователи приносят в свои артефакты, то, как они их используют и рассказывают о них, и является областью человеко-ориентированного дизайна. Делая акцент на *значении* и важности как теории, так и практики, Клаус Криппендорф, во-первых, расширяет проблематику дизайна, включая в неё разработку нематериальных артефактов, таких как сервисы, идентификаторы, интерфейсы, мульти-интерфейсы, пользовательские системы, проекты и дискурсы; и во-вторых, обосновывает четыре пересекающихся теории, позволяющие рассмотреть значение артефактов в их непосредственном использовании, в сфере коммуникации, в рамках их «жизненного цикла» и в сетевом взаимодействии.

### ***Значение артефактов в экологии***

Итак, Криппендорф разработал четыре теории значения – «значения используемых артефактов», «значения артефактов в языке», «значения в жизни артефактов» и «значения артефактов в экологии». Теория «значения артефактов в экологии» посвящена выяснению того, как артефакты связаны друг с другом и как они взаимодействуют посредством человеческого сознания. Значения артефактов в экологии – это их значения во взаимодействиях с другими артефактами, в динамике используемых технологий и в сознании дизайнеров.

Развивая теорию «значения артефактов в экологии», Криппендорф (1) сравнивает общие подходы биологического и технологического понимания экологии, (2) описывает систему взаимодействия артефактов, (3) выявляет механизмы формирования экологического значения и (4) говорит о необходимости создания специальной мифологии дизайна.

По Криппендорфу, экология – это теория взаимодействия различных видов. Кроме того, она рассматривает проблемы того, как эти виды находят свои ниши или вымирают. Традиционным является биологическое понимание экологии как теории взаимодействия различных видов животных и растений. Такое понимание экологии имеет свои недостатки: во-первых, традиционные экологи ограничиваются небольшими экосистемами, во-вторых ими редко признается, что люди обязательно являются частью любой экосистемы, как локальной, так и глобальной.

Однако технологическое понимание экологии исходит не только из того, что человек воздействует на любую экосистему, но и из того, что он делает это сознательно.

Сравнивая биологическое и технологическое понимание экологии, Криппендорф отмечает, что развитию биологических видов значения приписываются самими экологами. Экологические же значения арте-

фактов являются результатом совокупного воздействия многочисленных индивидуальных решений, касающихся развития технологий.

Можно выделить как минимум шесть факторов, определяющих специфику экологии артефактов. Во-первых, существует гораздо больше видов артефактов, чем видов живых организмов [6]. Во-вторых, разновидности артефактов занимают гораздо большие ареалы, чем биологические виды. В-третьих, большинство видов артефактов производится серийно (хотя, возможно, серии производства промышленных продуктов по объему не превышают массового производства пчёл, муравьев или микроорганизмов). В-четвертых, колонии биологических организмов одного вида практически не взаимодействуют друг с другом, тогда как технологические артефакты взаимодействуют друг с другом благодаря спецификациям дизайнеров и / или желаниям пользователей связать их. При этом, в отличие от представителей биологических видов, которым требуется определенное число особей, чтобы выжить, сложные артефакты могут сохраняться как уникалы. В-пятых, биологические виды взаимодействуют «на собственных условиях», тогда как артефакты взаимодействуют на условиях, заданных человеком. В-шестых, если экологическая среда биологических видов является результатом множественности локальных взаимодействий между организмами разных видов, то экология артефактов возникает в результате принятия множественности локальных экологических представлений.

Кроме того, есть два важных момента, которые следует учитывать дизайнерам, ориентированным на экологию артефактов: необходимо выявлять, как взаимодействуют виды артефактов и чем управляются эти взаимодействия; с целью представления экологической концепции смысла необходимо не упускать из виду и параллелей между тем, как взаимодействуют биологические виды и как взаимодействуют виды артефактов.

Анализ системы взаимодействия артефактов – даже умеренной сложности – требует применения специальных процедур. Чтобы справиться с этой сложностью, Криппендорф вводит частичные теории взаимодействия артефактов. Двумя способами выделить управляемый участок из системы взаимодействия являются *диахронический* и *синхронический*. Диахронические описания экологии артефактов обеспечивают понимание взаимодействий, которые сформировали эволюцию вида артефактов с течением времени, и конкретный дизайн может быть разработан для продолжения этой эволюции. Синхронические описания характеризуют сеть артефактов, с которыми дизайн сталкивается в любой момент времени. От прочности таких связей зависит стабильность экологической системы. Однако, проходя свой жизненный цикл, любой

инновационный дизайн может нарушить существующую стабильность, создавая или закрывая возможности для дальнейшего проектирования. Следовательно, необходим анализ экологической системы, в которую он входит.

Диакронические экологические описания прослеживают эволюцию одного или нескольких артефактов во времени и в контексте развития других технологий, институтов и течения социальных процессов. Если биологическая эволюция происходит, в основном, как видообразование, разделение вида, то эволюция технологических артефактов может включать и другие процессы. Кроме видообразования возможно слияние нескольких артефактов в один. Здесь Криппендорф приводит в пример феномен телефона, который был изобретен в 1878 году и сохранял свою классическую форму аппарата с трубкой до 1996 года, когда монополия на дизайнерскую форму была отменена, что впоследствии позволило фирме Apple соединить новые функции мобильного телефона с лаконичной формой прямоугольника, которую с 60-х гг. XX в. продвигала фирма Braun.

Синхронические экологические описания применимы для исследования сетей одновременных соединений артефактов, которые совместно определяют их использование. Криппендорф описывает четыре типа связей:

1) *причинные связи*, физически соединяющий артефакты друг с другом (без сети проводов, радиопередатчиков, спутников телефон был бы бесполезен; компьютер не может быть подключен к сети без модема и пр.). Проблемы дизайна обычно задаются стандартами интерфейсов, формирующихся в процессе использования артефактов и дальнейших переговоров между их производителями;

2) *связи «семейного сходства»*, устанавливающиеся путем репрезентации различных артефактов пользователю в качестве коопераций. Примером такой кооперации может быть «коммуникация» кухонной посуды, столовых приборов, обеденных столов, скатертей, салфеток. Физически эти артефакты не связаны между собой, но требования современного эстетического вкуса требуют их соответствия друг другу по цвету, форме и т. д.;

3) *метафорические связи*, переносящие значения от одного вида артефактов (обычно более знакомого потребителю) к другому виду. Примером такого переноса может служить метафора «книги», переносящая значение от бумажной книги к электронной и участвующая в организации экологии данного артефакта;

4) *институциональные связи*, устанавливающиеся в случае зависимости разных институтов от одних и тех же видов артефактов или прак-

тик. Например, работа телестанций, производителей оборудования, поставщиков кабельных и спутниковых услуг и даже кресел для телеведущих зависит от практик производства и потребления телепередач.

По Криппендорфу, у дизайнеров не получится игнорировать любое из упомянутых здесь экологических взаимодействий. Их проекты с неизбежностью вступают в отношения с другими артефактами и должны быть разработаны с учётом их способности поддерживать такие экологические взаимодействия.

Выявляя механизмы формирования экологического значения, Криппендорф указывает на то, что в экологии артефактов значение артефакта формируется в результате его возможных взаимодействий с другими артефактами, как того же вида, так и, что более важно, других видов. Экология артефактов – это чистый эффект того, что многие заинтересованные стороны делают на локальном уровне.

Здесь Криппендорф опирается на американского социального теоретика Кеннета Боулдинга (Kenneth E. Boulding) [6, с. 77-88], составившего перекрестные таблицы сотрудничества, конкуренции и автономного существования артефактов и выявившего семь типов взаимодействий между различными видами артефактов. Боулдинг выделяет три типа симметричных взаимодействий: взаимное сотрудничество, взаимная конкуренция и взаимная независимость и четыре типа асимметричных взаимодействий: паразитизм, хищничество, доминирующее сотрудничество и доминирующее соревнование. Криппендорф подробно описывает взаимное сотрудничество, взаимную конкуренцию, доминирующее сотрудничество и доминирующее соревнование.

Взаимное сотрудничество – это способность артефакта поддерживать другой вид артефактов и, в свою очередь, поддерживаться этим видом. Примером взаимного сотрудничества, в результате которого формируются экологические значения, является взаимозависимость «автомобили-дороги». Увеличение количества автомобилей требует увеличения количества и улучшения качества дорог, что, в свою очередь, позволяет увеличивать количество и улучшать качество машин. По мнению Криппендорфа, «дизайнеры должны учитывать, что проекты, которые поощряют взаимное сотрудничество между различными технологиями, увеличивают шансы других на выживание» [3, с. 201].

Криппендорф характеризует технологические кооперации как наиболее перспективный вид взаимодействий между различными видами артефактов. Показателен в этом смысле пример автомобилей, широкое распространение которых не только оптимизировало транспортные сети, но и привело в движение экологическую динамику, которая в конечном итоге изменила всю западную культуру. «Автомобили потребовали

создания сети дорог, отрасли, которая стала основным двигателем экономики» [3, с. 202]. Благодаря эволюции автомобильного движения и сети дорог стали бурно развиваться нефтяная промышленность, сети заправочных станций, ремонтных мастерских и даже придорожные сети быстрого питания. Трансформировались институт правил дорожного движения и институции, обеспечивающие соблюдение этих правил, что привело к становлению систем лицензирования водителей, проверки транспортных средств и налогообложения граждан за использование дорог. «Автомобиль создал пригороды, преобразовал архитектуру городов, сделал нефть дефицитным товаром, привел к войнам и изменил повседневную жизнь» [3, с. 202]. Таким образом, технологические кооперации, которые, в силу своей сложности и многокомпонентности, по определению не могли быть спроектированы как единое целое, оказались чрезвычайно эффективными, благодаря взаимному сотрудничеству различных систем с разными экологическими значениями.

Ещё одним примером столь же эффективного взаимного сотрудничества может, по Криппендорфу, быть названа технологическая кооперация, возникшая вокруг такого артефакта, как персональный компьютер. Удобство набора текста, легкость отправки сообщений и простота доступа к информации имели локальное значение, но объединение компьютеров в глобальную сеть и то, что они «вошли практически в каждый дом, бизнес, промышленность, общественную организацию и правительственное учреждение» [3, с. 203], привело к экономическим, социальным, культурным, экзистенциальным и политическим изменениям. Компьютеры не только помогают работать, учиться и проводить досуг, но и меняют отношения людей к другу как к членам сообщества и трансформируют систему управления. Некоторые политические практики (к примеру, диктатура или централизованное планирование) стали менее вероятными, однако возросла опасность скрытого мониторинга потребительского или политического поведения и произошло снижение достоверности доступной информации.

Взаимная конкуренция – способность артефакта конкурировать с равноценной альтернативой. Здесь нужно отметить различие Криппендорфом полной равноценности («синонимии») и частичной равноценности альтернативных артефактов. Полная равноценность альтернативных артефактов может привести к вытеснению из употребления одной из альтернатив, частичная равноценность создаёт сложные механизмы связи. Так, «синонимия» пишущих машин и компьютеров приводит к отказу от первых, тогда как конкуренция индивидуальных автомобилей и системы общественного транспорта рождает их взаимозависимость. При проектировании систем железнодорожного транспорта,

городских автобусов и троллейбусов необходимо учитывать наличие, количество и популярность индивидуальных автомобилей. Развитость же системы общественного транспорта, в свою очередь, определяет потребность пользователя в автомобиле. При этом взаимодействие между системой общественного транспорта и использованием индивидуальными транспортными средствами не может закончиться победой одной из альтернатив, хотя способна уменьшить её «нишу».

Описывая асимметричные взаимодействия, Криппендорф кратко характеризует паразитизм как способность одних видов артефактов развиваться, используя другие виды, не увеличивая эффективность обоих. Хищников же он называет паразитами, которые убивают себя с помощью технологий хозяина.

Детальному анализу Криппендорф подвергает доминирующее сотрудничество и доминирующее соревнование.

Доминирующее сотрудничество – это способность артефактов одного вида использовать преимущества артефактов другого вида как лидера или хозяина, увеличивая количество артефактов обоих видов. Новые технологии стимулируют формирование рынка так называемых вторичных гаджетов. Так, к примеру, широкое распространение воздушных перелётов привело к появлению рынка компактных туристических чемоданов и сумок, подголовников, берушей, масок для сна и т. д. При этом дизайнеры второстепенных гаджетов ориентированы на то, чтобы извлекать выгоду из мелких недостатков доминирующей технологии, в данном случае – тесноты и шума в салоне самолёта.

Доминирующее соревнование – это способность дизайнеров дополнять артефакты доминирующего вида артефактами другого вида, чтобы конкурировать с третьим. К примеру, Майкрософт встраивает собственный интернет-браузер в свою операционную систему Windows, чтобы затруднить встраивание интернет-браузеров конкурентов.

И последний момент теории «значения артефактов в экологии» Криппендорфа – утверждение необходимости создания специальной мифологии дизайна.

Опираясь на концепцию Грегори Бейтсона, рассматривавшего разум как рекурсивный процесс [7], Криппендорф обращается к проблеме роли мифологии в культуре. Не разделяя позиции технологического детерминизма, он не приписывает автономии технологическим кооперациям и подчёркивает, что экология артефактов является результатом человеческой деятельности. Связывает же воедино экологию артефактов, заставляя её выходить за рамки экологического значения задействованных артефактов и заинтересованных сторон мифология.

Мифология – это повествование, лежащее в основе человеческой мысли, историй и совместных практик, во многом неосознанное, невыявленное, неоформленное. По мнению Криппендорфа, культура едва ли может существовать без своих мифов, без своей метафизики и без своих видений, даже если они не эксплицированы. В одних культурах мифология закодирована в ритуальных практиках, в других – проявляется в рассказах о магических силах или о сверхъестественных существах, которым следует угождать. В индустриальную эпоху на Западе сформировалась убежденность в том, что технический прогресс улучшит жизнь каждого, спасет обездоленных, защитит их от произвола крупных институций.

На постиндустриальном Западе мифы скрываются за повествованиями о личных успехах и неограниченных возможностях. Современный миф, миф информационного общества – это миф о выборе. Чем больше, тем лучше – больше жизненных программ, больше программ на телеканалах, больше программ для посудомоечной машины. Фантазии о технологиях будущего – от «Звездного пути» до «Звездных войн», «Терминатора» и «Матрицы» – являются важными средствами для создания мифов, делающих участие человека в создании экологических систем артефактов значимым и захватывающим. Эти фантазии подпитывают воображение дизайнеров и узаконивают их усилия. Мифологии придают согласованность культуре, приписывают артефактам экологическое значение и направляют действия человека и общества.

Признавая экологические значения за пределами рациональной досягаемости, в рамках теории «значения артефактов в экологии» Криппендорф описывает мифологию как движущую силу экологии артефактов. Она занимает или должна занимать умы дизайнеров, поскольку «стратегии дизайна, идущие вразрез с экологической мудростью культуры, могут потерпеть неудачу» [6, с. 205].

### ***Заключение***

Преодолевая неофункционализм Ульмской школы, Клаус Криппендорф описывает смену парадигмы в теории и практике дизайна как переход от технологически-ориентированного дизайна индустриальной эры к человеку-ориентированному дизайну постиндустриальной эпохи. Опираясь на анализ общекультурных, интеллектуальных и философских сдвигов, вызванных социальными и технологическими трансформациями, он разрабатывает систему взаимосвязанных концепций «значения используемых артефактов», «значения артефактов в языке», «значения в жизни артефактов» и «значения артефактов в экологии». В рамках последней теории Криппендорф рассматривает значение артефактов в цикле их сосуществования и, таким образом, предлагает теорию тех-

ники, изучающую, как виды артефактов взаимодействуют друг с другом, и социальную теорию, изучающую, как пользователи взаимодействуют с дизайном артефактов.

Развивая теорию «значения артефактов в экологии», Криппендорф сравнивает общие подходы биологического и технологического понимания экологии, описывает систему взаимодействия артефактов, выявляет механизмы формирования экологического значения и говорит о необходимости создания специальной мифологии дизайна.

Главное отличие биологического и технологического понимания экологии Криппендорф видит в том, что биологические виды взаимодействуют «на собственных условиях», тогда как артефакты взаимодействуют на условиях, заданных человеком. Им нет аналогов в экологии биологических видов. При этом они не просто являются частью общественной жизни, но могут изменить и сам образ человека. Сети одновременных соединений артефактов определяются причинными связями, связями «семейного сходства», метафорическими и институциональными связями. Выявляя механизмы формирования экологического значения, Криппендорф выделяет различные типы симметричных и асимметричных взаимодействий, указывая на то, что самым продуктивным из них является взаимное сотрудничество как кооперация систем артефактов. Его теорию «значения артефактов в экологии» завершает обращение к мифологии в культуре. Криппендорф характеризует мифологию как движущую силу экологии артефактов, способную придавать смысл участию человека в создании экологических систем артефактов, подпитывать воображение дизайнеров и легитимизировать их усилия.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ**

1. Krippendorff K., Butter R. Product Semantics: Exploring the Symbolic Qualities of Form // *Innovation*. 1984. No 3 (2). P. 4-9.
2. Krippendorff K. On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition that “Design is Making Sense (of Things)” // *Design Issues*. 1989. No 5(2). P. 9-39.
3. Krippendorff K. Product Semantics: A Triangulation and Four Design Theories // *Product Semantic '89*. Helsinki: University of Industrial Arts, 1989. Mode of access: repository.upenn.edu/asc\_papers/254. – Date of access: 01.05.2021.
4. Norman D. A. *The Invisible Computer: Why Good Products Can Fail, the Personal Computer is So Complex and Information Appliances are the Solution*. Cambridge, MA: MIT Press, 1998.
5. Groll S., Hunter K. Traces and Hopes of Design Research: An Interview with Gui Bonsiepe, Klaus Krippendorff, Siegfried Maser, and René Spitz // *Design Issues*. 2015. No 31 (1). P. 18-31.
6. Boulding K. E. *Ecodynamics: A New Theory of Societal Evolution*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1978.

7. Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. М.: Смысл, 2000.
8. Krippendorff K. The Semantic Turn; A New Foundation for Design / Boca Raton. London, New York: Taylor&Francis, CRC Press, 2006.

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КОНЦЕПТОВ КАК МАРКЕРОВ КУЛЬТУР В РАМКАХ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА<sup>2</sup>**

### **CO-EXISTANCE OF CONCEPTS AS INDICATORS OF CULTURES IN LITERARY TEXT**

*А.Э. Левуцкий*

*A.E Levitsky*

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Москва, Россия

Lomonosov Moscow State University

Moscow, Russia

*e-mail: andrelev@list.ru*

Анализ художественного текста с позиций когнитивной лингвистики позволяет выявить особенности взаимодействия концептов, характеризующих различные лингвокультуры. В этой связи художественный текст выступает объектом лингвокультурного анализа, поскольку в нем проявляется национально-культурный характер реалий и ситуаций их использования. На примере творчества американского писателя Э. Хемингуэя рассматривается использование концептов, характеризующих персонажей-представителей испанского этносоциума.

Fiction analysis on the ground of cognitive linguistics makes it possible to single out specifics of concepts within the frameworks of different cultures. Literary text in this respect serves as ground for linguocultural analysis. This method helps to reveal its national-and-cultural flavor and the situations it reveals itself. American writer E. Hemingway's creativity serves as ground for the analysis of concepts used by the characters who represent the Spanish-speaking communities to reveal their worldview.

*Ключевые слова:* концепт; художественный текст; межкультурная коммуникация; лингвокультурология.

*Keywords:* concept; literary text; intercultural communication; linguocultural studies.

В современных исследованиях концепт представляется как «квант знания», единица культуры, которая в совокупности с другими концеп-

---

<sup>2</sup> Исследование выполнено при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».