

ские маршруты движения научно-технического продукта, сконструировать его гибкие связи с другими событиями и явлениями, рационально объяснить уровни и зоны его актуализации и «материализации» в зависимости от субъективных желаний, предпочтений и убеждений исследователя и объективных законов развития естественнонаучных и культурных технологий.

Таким образом, аудиторная и самостоятельная работа студента по анализу артефактов науки и техники координируется с важными профильными дисциплинами. В философии дизайна методология дизайн-исследования описывается как *различимая* в научном плане и определяемая в *разнообразии практических форм* деятельность по установлению фундаментальных картин мира человека и мира природы; мир разделяется на классы реальных проблем и действительных явлений, а человек выступает как постигающий их уникальный субъект и всеобщий универсум.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Геращенко И.Г. Философия и экономика образования постмодерна // *Credo New*, 2019. № 2 (98) 2019. С. 15-22.
2. Дадырова А.А. Новые методы преподавания в современных условиях для студентов художественных специальностей // *Человек в социокультурном измерении*. 2022. № 1. С. 25-26.
3. Голубев В.В. Учебная дисциплина «История дизайна»: аспекты и формы ее актуализации в дизайн-образовании. // *Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф.*, Минск, 21-23 окт. 2021 г. / редкол.: О.А. Воробьева (отв. ред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2021. С. 424-434.
4. Чернышев О.В. Дизайн-образование: новая модель профессиональной подготовки дизайнеров. Мн.: ПроPILEI, 2006.
5. Мартин Б. Ханнигтон Б. Универсальные методы дизайн. СПб.: Питер, 2014.

ДЖОРДЖ НЕЛЬСОН: ТЕОРЕТИК И КРИТИК АМЕРИКАНСКОГО ДИЗАЙНА

GEORGE NELSON: THEORETIST AND CRITIC OF AMERICAN DESIGN

О.Е. Гопиенко¹⁾, А.А. Репникова²⁾

О.Е. Gopienko¹⁾, А.А. Repnikova²⁾

^{1),2)}Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

^{1),2)}Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: ¹⁾gopienko@bsu.by, ²⁾alinarepnikova1328@gmail.com

Авторы статьи анализируют творчество разностороннего дизайнера Джорджа Нельсона и структурируют его профессиональные достиже-

ния в хронологической последовательности по мере раскрытия его многообразных талантов.

The authors of the article analyze the work of a versatile designer and structure his professional achievements in chronological order as his diverse talents are revealed.

Ключевые слова: модернизм; промышленный дизайн; новые потребности; «хороший дизайн»; социальная коммуникация; эмоциональная выразительность; профессиональная честность.

Keywords: modernism; industrial design; new needs; "good design"; social communication; emotional expressiveness; professional honesty.

Джордж Нельсон – один из тех, кто определил развитие американского дизайна XX века. Он – единственный, кто не только овладел внушительным количеством профессиональных областей знаний, но и приумножил таланты своих коллег.

Он получил архитектурное образование в Йельском университете, там же получил вторую степень бакалавра и уже в 1932 году выиграл престижную Римскую премию, которая предусматривала двухлетнюю стипендию для обучения в Американской академии Рима (с 1932 по 1934 год). В соответствии со своей жизненной позицией Джордж Нельсон путешествовал по Европе, общаясь с признанными специалистами и подающими большие надежды новичками мира архитектуры – *Мисом ван дер Роз, Ле Корбюзье, Джо Понти и Вальтером Гропиусом*. Про каждого из них позже он напишет статью для нового журнала, посвященного дизайну, «*Pencil Points*». В свои двадцать с небольшим Нельсон обладал неутомимым любопытством и убежденностью в том, что предметы его интереса заслуживают более широкого признания. То есть им двигали не столько собственные амбиции, сколько желание поделиться новыми исследованиями в области индустриальной культуры, в новой стремительно развивающейся реальности.

Профессиональный путь

Анализируя *профессиональный опыт* Нельсона, можно сказать, что раскрытие его разносторонней личности состоялось как универсальная способность синтезировать природу многообразной деятельности, подключая междисциплинарный характер в подходах к решению задач. Ещё студентом он публиковал статьи в журналах «*Pencil Points*» и «*Architecture*». На последнем курсе университета он был нанят архитектурной фирмой «*Adams and Prentice*» на должность чертёжника. К 1935 году Нельсон стал младшим, а затем и ответственным редактором журналов «*Architecture Forum*» и «*Fortune*». Там он защищал модернистские принципы, выступая против коллег, которые как «промышленные дизайнеры» сделали слишком много уступок коммерческим силам

отрасли. Опыт работы в этих изданиях не только помог ему упрочить свою репутацию одарённого теоретика дизайна, но и научил принципам визуальной подачи информации – как, сочетая слова с изображениями, придать дополнительную ясность и убедительность своим высказываниям. Можно отметить, что статьи Нельсона отличались от материалов других авторов эффектной композицией, большими фотографиями, броскими сочетаниями соседствующих графических элементов – очевидно, он хотел, чтобы эти страницы не только читали, но и рассматривали. В период написания статей Джордж Нельсон провел много времени, беседуя и обмениваясь идеями с другими основоположниками модернистского архитектурного движения 1940-х годов, включая *Элиота Нойеса*, *Чарльза Имса* и *Уолтера Б. Форда*. С ними всеми он позже сотрудничал и стал известен благодаря нескольким архитектурным проектам.

В 1940-е годы вместе с *Генри Райтом* Нельсон выпустил книгу «*Tomorrow's House*», в которой была предложена идея встроенной мебели на примере «семейной комнаты» и «стены хранения». Книга имела коммерческий успех и попала в «*Нью-Йорк Таймс*» в список бестселлеров.

Методология дизайна

Если анализировать *методы* Нельсона, то он, подобно пионерам американского дизайна, усвоил европейский опыт по-американски. Он не столь теоретичен и основателен, как европейские коллеги, он даже не претендует на теорию и самостоятельную программу. Можно сказать, что он придерживается правил как всеобщих, так и своих собственных, и не пытается дать объективную и полную картину Америки и дизайна. В то же время он не останавливается на чем-то одном, постоянно рассуждает, приводит примеры из собственного опыта и из истории, связанные не только с дизайном, но и с различными сферами деятельности и социальными отношениями. Нельсон чаще всего пользуется *методом противопоставления*: рассматривает с разных точек зрения и выбирает концепцию, обосновывая свой выбор рядом рассуждений. В ходе этих исследований он разбирает истоки и причины возникновения тех или иных обстоятельств и предлагает собственные пути решения проблем или наоборот поддержания уже имеющихся, сложившихся условий.

Далее Джордж Нельсон упоминает о *творческом разрушении* как об умении применять нестандартные подходы, «разрушающие» традиционные методы в проектировании. В дизайнерской профессии «творческое разрушение» является одним из основных орудий. Но не только. Находясь внутри бурно развивающегося процесса индустриализации, Джордж Нельсон заметил, что в условиях медленного развития техники главным управлением по созданию формы становится традиция, и усовершенствование дизайна затягивается на поколения: «...Однажды раз-

работанные формы застывают, и дизайн в этом случае правильнее называть подражанием стандартным образцам с индивидуальными вариациями...».

Однако для Америки исторический период того времени характерен интенсивной модернизацией. Американский дизайн возник позже европейского, но именно в США он получил наиболее широкое распространение, прочно укоренился в экономике и охватил собой все другие стороны социальных отношений. Сам термин «*Industrial Design*» был предложен в Соединенных Штатах в 1919 году. США в это время имели самую передовую индустрию, но не имели индустриальной культуры.

Это подстёгивало активное развитие дизайна как специфической профессиональной деятельности. Наступила эпоха, характерная тем, что старое отвергается, а новое быстро надоедает. Все большее количество изделий превращается в предметы временного пользования. В свое время Нельсон находил в этом положительные черты, но предупреждал, что сопутствующая погоня за новизной мешает видеть пути развития дизайна и понимать, какие достижения в этой области высшие. Новые проекты не обязательно представляют собой лучшее из возможных приспособлений к меняющимся условиям. Поэтому коэффициент полезного действия обладает одной особенностью, которая дает дизайнеру или предпринимателю очень удобную мерку. Это связано с интересным свойством людей: мы склонны безоговорочно одобрять все, что позволяет сделать большее при помощи меньшего. Таким образом, по мнению Джорджа Нельсона, *устаревание* должно быть не уменьшено, а увеличено, а одобрительное отношение к изменениям как к динамическому методу повышения жизненного уровня необходимо распространять за пределы промышленности. Нельсон формулирует задачу дизайнера: «Задача дизайнера – украшать существование, а не подменять его». Однако «украшение» существования означает не «декорирование» существующего предметного окружения, а создание *интегральности нового предметного окружения* с новыми потребностями цивилизации суперкомфорта. Хороший дизайн выражает способность человеческого духа выходить за поставленные ему пределы. Он обогащает своего создателя творческим опытом и может точно так же обогатить зрителя или потребителя, достаточно подготовленного к восприятию воплощенной идеи. Это всякая попытка построения системы дизайна, противоречащей естественному процессу «старения» продуктов дизайна, попытка построения «*абсолютного*» дизайна [1].

Социальный аспект

Теоретические исследования Нельсона были непосредственно связаны с его профессиональной деятельностью. Это прежде всего сфера

производства и потребления материальных благ. Быстрый рост престижного потребления, господство потребительской идеологии – все это Нельсон ощущает как грандиозное социальное явление. Через него Нельсон просматривал и осмысливал все другие стороны американской действительности. Сущность проблемы сбыта, как она излагалась дизайнером, заключается в том, что его *личные вкусы и убеждения не имеют никакого значения* по сравнению с вкусами и убеждениями среднего потребителя. И тут перед нами встает вопрос социальных связей в деятельности дизайнера. «Дизайнерское решение любого изделия является социальной коммуникацией, и дело не столько в важности объекта, сколько в страстности, вложенной в изучение и выражение его правдивой сущности» [2, с. 209]. Таким образом, он выделял коммуникативную и культурно-ценностную функцию изделия, но не отрицал зависимости от бизнеса. Нельсон считал, что следует изучать всякого рода сходство в возможно большем количестве областей. Это поможет *перекинуть мосты*, необходимые для общения.

Используя такие методы, можно перейти к изучению почти любых комбинаций элементов из самых разных специальных областей человеческой деятельности. По мнению Нельсона, образованный человек не стремится приобрести больше информации, а расширяет свою способность обрабатывать огромное количество материала, которым он уже располагает.

Влияние личных качеств на профессиональную деятельность

Теоретические работы Дж. Нельсона неразрывно связаны с мировоззрением дизайнера как участника формирования окружающего мира.

Работа над дизайнерским проектом обычно начинается с постановки конкретной задачи. На этом этапе дизайнер использует для её решения свой личный опыт, свои представления и свое мировосприятие, *даже если он этого и не осознает*.

Единственным источником, откуда дизайнер может черпать эти представления, является окружающий его мир. Но **видение** сильно разнится в зависимости от индивидуальных особенностей человека, рода его занятий и социальной принадлежности. Нельсон утверждал, что если дизайнерский проект – плод личного опыта, если в нем находит выражение общее видение проблемы, то *главным для дизайнера является расширение этого видения*. Он также был абсолютно убежден, что мы вряд ли видим этот мир таким, какой он есть в данный момент. Мы видим его, скорее, как ряд унаследованных устаревших образов прошлого. Наше видение слишком узко. Чтобы приблизиться к пониманию форм нашего времени, нужно огромное умственное и эмоциональное усилие. Расширение видения – одна из труднейших задач, какую человек может

поставить перед собой. Тем не менее каждый должен стремиться к этому.

Еще одним из орудий дизайнера Нельсон называл *честность*. Под честностью он подразумевал способность человека решать, что для него хорошо, а что плохо. По мнению Джорджа Нельсона, знания и мастерство ничего не стоят, если не использовать их честно. Дизайнер не часто бывает свободен от нажима извне. Идет ли речь о доме, товаре или рекламном постере, он вынужден считаться с бюджетом, техническими трудностями, проблемами сбыта, противоречивыми мнениями множества людей. В этих условиях ему важно понимать свою позицию по отношению ко всем влияниям. Если он честно относится к своему делу, ему нужно установить контакт с реальным окружением, то есть понять, какие факторы действуют, и решить, следует им воспротивиться или уступить. Поэтому дизайнер должен иметь возможность *определить свою позицию еще в процессе замысла*, до стадии производства и сбыта.

Отталкиваясь от критерия профессиональной честности, дизайнер в наши дни не может позволить путаницы. Он может выбрать себе ту роль, которую хочет играть в осуществлении преобразований, представляющихся ему желательными. Важным аспектом является взаимопонимание. Нельсон указывает на то, что наряду с функциональными соображениями творчество крупнейших современных архитекторов и величайших зодчих прошлого отличается *огромная забота об эстетических и даже моральных ценностях*.

Дизайнер – художник?

Гуманист Сантаяна провозгласил, что не-художник – человек особого рода, а всякий человек – человека особого рода художник. Значение этого явления, по мнению Джорджа Нельсона, не в том, что дизайнер представляет собой нечто замечательное, а в том, что его профессия – заметный элемент нового воссоединения художника с обществом. Вопрос принятия дизайнера в качестве художника встал еще на заре возникновения профессии. Видеть в дизайнера художника мешают две вещи. Ему приходится иметь дело не с традиционными материалами живописи и скульптуры, а с предметами повседневного обихода. К тому же некоторых, кто представляет художника как одинокую личность, смущает тот факт, что автором дизайнерского произведения может быть целая организация, то есть больше, чем один человек. Как бы красива ни была вещь, как бы ни соответствовала своей функции, едва ли она может *вызвать глубокие идеи* или эмоции. Картина, даже самая плохая, неизбежно оказывает свое воздействие на другом уровне. Но и дизайнеры, и художники имеют перед собой сочетание абстрактных символов, и методы обработки этих символов не лишены сходства. Понимание

существа процесса абстрагирования сделало возможным общение между творческими профессиями.

Во всех важных областях человеческой деятельности наблюдается переход от чисто механических операций и форм к гораздо более сложным типам контроля и организации. Результатом является не только закрепление изжившего себя различия между «изящным» и «прикладным» искусством, но и проведение нового различия между понятным и непонятым искусством.

Таким образом, можно сказать, что Джордж Нельсон – выдающийся американский дизайнер, архитектор и фотограф-любитель, провокатор и популяризатор модернизма. В течение своей карьеры, при поддержке команды единомышленников, Нельсон выполнил колоссальный объем работы. Сотни образцов мебели, зданий, выставок и произведений графического дизайна, а также почти десятков книг и более 150 журнальных статей.

Выступая в качестве специалиста в области дизайна, Нельсон проявил себя как свободная нравственная личность. Принимая систему, в которой он жил, он одновременно выступал критиком американского общества, беспощадным и бескомпромиссным.

В основе мировоззрения Нельсона лежала вера в то, что дизайн, вне зависимости от масштаба его применения, остается для общества формой коммуникации. По мнению Нельсона, «важна не столько значимость объекта – на это дизайнер повлиять не может – а степень эмоциональной выразительности его основных элементов. <...> В дизайне не бывает случайностей, а любая деталь всегда находится в тесных, иногда сложных взаимоотношениях с другими элементами и средой в целом. Дизайн можно назвать хорошим только тогда, когда он достигает гармонии, целостности, равновесия и единства с окружением» [3].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Глазычев В. Дизайн как он есть // StudFile [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/4201369/page:9/> (дата доступа: 18.08.2022).
2. Нельсон Дж. Как видеть. Визуальное путешествие по миру, который создан человеком. Манн, Иванов и Фербер, 2020. 248 с.
3. Нельсон Дж. Промышленный дизайнер. Впечатляющий диапазон проектов: от настенных часов до оригинальных диванов // Музей дизайна [Электронный ресурс]. URL: <https://museum-design.ru/vdokhnovlyayushchiy-dizayn-dzhordzhanelsona/> (дата доступа: 18.07.2022).