

УДК 74.01

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН: ОТ ИДЕИ К ПРОДУКТУ**Толмачева Г.В.***ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», Омск, e-mail: galina_dk@mail.ru*

В статье рассматривается вопрос концептуализма в дизайне, как процесса творчества и процесса его исследования. Условия, которые влияют на появление идеи или решения в концептуальном дизайне, где концепция задает общее направление, а идея является компонентом произведения. Раскрывая основные аспекты концептуализма, рассматриваем его с позиции отношений в гибриде продукт/процесс.

Ключевые слова: концептуализм в дизайне, концепция, идея, творческий процесс, продукт дизайна**CONCEPTUAL DESIGN: FROM IDEA TO PRODUCT****Tolmacheva G.V.***Omsk State Institute of service, Omsk, e-mail: galina_dk@mail.ru*

The article addresses the question of conceptualism in design, as the process of creativity and the process of his research. Conditions that affect the appearance of the idea or solution to a conceptual design, where the concept sets the general direction, but the idea is a component of the work. Opening the main aspects of conceptualism, consider it from the perspective of the relationship in the new product/process.

Keywords: conceptual art in design, concept, idea, creative process, product design

Концептуализм – направление, объединяющее процесс творчества и процесс его исследования. О процессинге в дизайне сейчас пишут много и противоречиво, определяя дизайн как единый процесс формообразования окружающей среды, как бизнес-процесс, как практику процессов трансверсии вещей в знаки и знаков в вещи, как процесс коммуникации. Последовательно раскрывая основные аспекты концептуализма, мы получаем возможность рассмотреть его с позиции отношений в гибриде продукт/процесс.

Концептуальный дизайн – это, прежде всего, сила идеи, а не материала. В концептуальном дизайне концепция важнее физического выражения. Именно поэтому об этой грядущей поре уже пишут как о наступлении нового времени – о «концептуальной эпохе». С. Огурцов в статье «Искусство после концептуализма: концептуальное пространство искусства» называет «именно концептуализм (а не авангард) главной – и еще не осмысленной – художественной революцией XX века».

В настоящее время очень остро перед аналитиками стоит проблема дефиниции дизайна. Попытки определить проблемное поле дизайна можно встретить в работах М. Хайдеггера, Ж. Дерриды, Ж. Бодрийера, К.М. Кантора, В.М. Розина, В.Л. Глазычева, О.И. Генисаретского. В монографии «Дизайн. Опыт метафизической транскрипции» Г.Н. Лола отмечает динамику дефиниций дизайна «от наброска объекта, который затем должен быть сделан или построен», до идеи «дизайна без продукта, а как процесса или способа жизнедеятельности как такового».

Концептуальный дизайн хорош только тогда, когда хороша концептуальная идея.

Концепция и идея суть разные вещи. Концепция задает общее направление; идея является компонентом произведения. Идеи позволяют реализовывать концепцию [1]. По сути, концепция и есть логическое основание идеи.

Любая идея или решение в концептуальном дизайне не может возникнуть и действовать без сознания, тех условий, которые повлияли на его появление. Природа условий может быть понята на основе предыдущих решений. Это могут быть какие-то состоявшиеся факты, наблюдения, известные закономерности и концепции. Концептуальный дизайнер в каждое мгновение умеет восстановить эти условия как логические основания развертки его концептуальной деятельности.

Если же таких предыдущих решений нет, если факты еще «молчат», а решение принимать надо, такими основаниями условий выступают предположения, допущения или, строже говоря, гипотезы. «...Понять нечто можно лишь благодаря заранее имеющимся относительно него предположениям, а не когда оно предстоит нам как что-то абсолютно загадочное». [2]

Это не противоречит следующим аспектам понятия «концепция» (от лат. *conception* – понимание, система, взгляд, представление): установка на фиксацию предельных значений; введение в дискурс допущений, без которых невозможна «раскрутка» и детальная проработка презентруемой идеи; а также «маскировка» внутри исходной (базисной) теории компонентов личностного знания [6].

Следует отметить, что концептуальное мышление принципиально происходит там, где факты действительно «молчат» или лишь «намекают» на реальность, а дизайнеру уже нужно ее как-то понимать и действовать. В этих условиях гипотезы, допущения – вовсе не признаки профессионального бессилия. Напротив, они – свидетельства смелости дизайнера и его «познавательной наглости» – ведь он идет туда, где еще никого не было. Но такого рода логические основания идей и решений являются силой лишь потому, что дизайнер-концептуалист всегда помнит, что они лишь гипотезы, и готов вернуться и пересмотреть их, если его решения окажутся неудовлетворительными.

Итак, концептуальный дизайнер за каждой идеей умеет находить и видеть его логическую причину, которая только и оправдывает его.

Комментируя свой осенний показ 2000 года, Хусейн Чалаян объяснял: он знал, что хочет показать пустую гостиную, «и из этой идеи родилась вся коллекция» [3].

Момент «включения» концептуального мышления можно связать с переходом к такому состоянию сознания, при котором любая идея рассматривается как элемент множества. Это происходит даже тогда, когда концептуальный дизайнер имеет дело с одной единственной идеей, ведь есть множества, состоящие из единственного элемента или даже «пустые» множества.

По сути дела, переход от идеи к множеству идей есть акт признания того, что у каждой концепции есть не только содержание, но и объем. Это важнейшая характеристика понятия, показывающая сумму идей, которые можно вывести как следствия из их логического основания. Читаем у Левитта: «Для каждого концептуального продукта, получившего физическую форму, существует множество вариаций, которые не были воплощены в материи» [1].

Постоянное удерживание в сознании концептуального дизайнера содержания концепции и ее объема, переход от первого ко второму, оперирование элементами объемов концепций и восстановление по ним признаков идей позволяет дизайнеру овладевать и управлять разнообразиями.

Каждый дизайнер-концептуалист обладает способностью удерживать многообразие вещей в некотором единстве. Каждая идея концептуального дизайнера вскрывает множество других идей.

Любая идея или решение есть след человеческих усилий. У каждой из них свой автор, хотя и не всегда тот, кто под ними подписан. В практике концептуального ди-

зайна авторский след заметнее, чем в других. Среди несчетного количества связей, которые могут образовывать дизайн-концепты, сознательно оставляется лишь то, что нужно для понимания идеи. Но, самое существенное, – оставляется лишь то, что так или иначе понято, «схвачено» дизайнером в состоянии «здесь и сейчас».

Иными словами, продукты концептуального дизайна всегда выдают исследовательскую позицию (познавательную интенцию), которую проявляет дизайнер. Она заметна по намерениям, которые послужили причинами так или иначе выстроенных допущений относительно идеи. В ходе концептуальной работы эти намерения становятся явными, они эксплицируются. Через автора дизайнерского концепта можно очертить предельную границу того мира, который создается плодами его концептуально-го мышления.

Личностно-пограничный характер интеллектуального труда – признак концептуального дизайна. Это роднит его с философией. На это специфическое свойство философии очень точно указал Г. Зиммель: «Реакция философствующей мысли означает не поглощение мира индивидуумом, не его очеловечивание, а то, что, напротив, возникает типическая картина мира, в который включается также индивидуум; обрывается целое – именно такое, каким его может мыслить этот тип «человеческого»; и благодаря этому индивидуум, сознающий свою, несомненную реальность, устанавливает единство целого и сам может быть понят через него» [4]. Еще один немаловажный аспект понятия «концепция» – ярко выраженное личностное начало, фигура основателя, единственно знающего исходный замысел. Именно благодаря этому аспекту концепции мы легко отличаем коллекцию *Comme des Garçons* от коллекции *Alexander McQueen*, *Martin Margiela* – от *Hussein Chalayan*, а *John Galliano* никогда не перепутаем с *Viktor & Rolf*.

Концептуальный дизайн, безусловно, схематичен. Это позволяет дизайнерам как можно более точно реализовать свою идею и остаться понятыми.

Понимание, по сути, есть процесс освобождения от лишнего. «То, что мы видим нечто действительно наличное, ни больше и ни меньше, – представляет собой результат направляющего наше видение процесса обретения ясности, отсекающего иллюзорных образований». [2] В концептуально построенном механизме исключается возможность существования того, что могло бы стать источником неоднозначности, либо такая возможность сведена к минимуму.

Эффективность использования концептуального метода проектирования в дизайне обеспечивается следующими условиями:

- концептуальный дизайн всегда обоснован, т.е. всегда имеет осмысленное дизайнером логическое основание;
- по продукту концептуального дизайна всегда можно восстановить личность творца;
- концептуальный дизайн работает с качеством проектируемого объекта, а не с набором количественных признаков;
- в концептуальном дизайне всегда определена предметная область, в рамках которой проектирует дизайнер;
- концептуальный дизайн имеет множество вариантов представления;
- концептуальный дизайн – это особый метод восхождения от конкретного к новому конкретному через синтез абстрактного;
- концептуальный дизайн – это всегда мышление «сверху»;
- концептуальный дизайн в проектировании – это непрерывный спиралевидный процесс зарождения концепции, формирования гипотезы, создания концепции, ее критики и зарождения новой концепции;
- концептуальный дизайн в потреблении – это непрерывный процесс идентификации объекта дизайна в соответствии с разными когнитивными ситуациями;
- концептуальный дизайн – один из способов актуализации идеи темпоральности.

Концептуальный дизайнер в процессе своей деятельности совершает истолкование, своего рода экзегезу (греч. *exegesis* – толкование), наблюдаемой реальности и превращает ее в предмет своей деятельности – продукт дизайна. Это происходит: во-первых, через осмысление конкретной когнитивной ситуации, во-вторых, через осознание собственного исследовательского намерения и, наконец, в-третьих, через установление точки зрения на мыслимый объект. Это три кита, на которых базируется концептуальный дизайн.

Концептуальный дизайнер всегда проектирует феноменологически «чисто», не искажая смысла, и главным образом это происходит потому, что он выражает идею в концептуально строгой форме – в виде концептов и отношений между ними.

В своей коллекции, посвященной структурной идее «плоского», Маржиела сме-

стил рукава и проймы – они были расположены так, чтобы вещи могли лежать совершенно плоско, когда они не надеты на человека. Иногда в них даже были вшиты вешалки, чтобы они могли также плоско висеть. В большинстве случаев одежда имела больше смысла, именно когда ее не надевали: тем самым подчеркивалось превосходство формы, а точнее даже – ее принципиальное отсутствие. Понятно, что идея плоского кроя послужила «механизмом», развернувшим целую структурную концепцию.

В другой коллекции этого же дизайнера, посвященной идее «чрезмерного», концепция была реализована посредством установленных на показе в качестве декораций огромных круглых банкетных столов, накрытых как будто бы для свадьбы или торжественного обеда. Зрители сидели за столами, а модели в одежде больших размеров расхаживали по столам. Предполагалось, что взгляд снизу вверх, одежда больших размеров и гигантская мебель заставят зрителей усомниться в значимости собственной персоны.

Можно сделать вывод, что для понимания концептуального дизайна следует, прежде всего, правильно «считать» конкретную когнитивную ситуацию, в рамки которой поставил себя дизайнер, и в соответствии с ней выделить лишь то, что имеет смысл «здесь и сейчас», а остальное отбросить. Таким образом, идею концептуального дизайнера всегда можно истолковать по продукту, состоящему из так или иначе организованных концептов и отношений между ними.

Список литературы

1. Левит Сол. Параграфы о концептуальном искусстве // Художественный журнал. 2008, № 69.
2. Гадамер Г. Г. Философские основания XX века. Актуальность прекрасного [Текст] / Г.Г. Гадамер // М.: Искусство, – 1991. – С. 15–26.
3. Дагган Д.Г. Величайшее шоу мира: взгляд на современные показы мод в связи с искусством перформанса [Текст] / Д.Г. Дагган // Теория моды. 2007, №1. – С. 31–58.
4. Зиммель Г. Сущность философии. Вопросы теории и психологии творчества [Текст] / Г. Зиммель // М.: Издательский центр «Академия», – 1995. – 212 с.
5. Теслинов А.Г. Концептуальное мышление в разрешении сложных и запутанных проблем. [Текст] / А.Г. Теслинов // СПб.: Питер, – 2009. – 286 с.
6. URL: <http://ru.wikipedia.org>.