**Тема лекции 2: Дата рождения профессии**

 Историки дизайна, его теоретики, практикующие дизайнеры, специалисты по истории материальной культуры предлагают в качестве определения даты рождения дизайна различные варианты.
 Приведём в качестве примера несколько определений такого характера:
«дизайн как профессия возник и сформировался в XX веке»(1), «как профессия он возник именно тогда, когда его основы стали преподавать с кафедры, а выдача дипломов поставила специалистов в области дизайна в один ряд с представителями других нужных обществу профессий»(2), «говорить о нём как о массовом явлении становится возможным лишь после кризиса 1929 года»(3).
Исходя из множества точек зрения на вопрос о дате рождения дизайна
и принимая во внимание наиболее аргументированные из них, можно выделить 4 группы возможных ответов:
1) Дизайн зарождается с возникновением и развитием во второй половине
девятнадцатого века в Англии «Движения за связь искусств и ремёсел» с
идейным вдохновителем У. Моррисом, с его обращением к проблемам создания целостной предметно-пространственной среды.
2) Началом существования дизайна следует считать время, когда художники получили посты в структурах современной промышленности, а их работа
стала заметным фактором, влиявшим на облик массовой промышленной продукции (1907 г., германский концерн АЭГ, промышленник В.Ратенау и художник П.Беренс).
3) Дизайн зарождается в двадцатые годы двадцатого века, когда были созданы специальные учебные заведения нового типа: БАУХАУЗ (Германия), ВХУТЕМАС (Россия), и в жизнь вышли первые дипломированные выпускники этих школ.
4) Дизайн зарождается в тридцатые годы двадцатого века, когда промышленный дизайн непосредственно вошёл в реальную жизнь, производство, торговлю, став действенным рычагом стимулирования рынка, инструментом торговли. Это время первых промышленных дизайнеров в США (дизайнерская практика Н.Геддеса, Г.Дрейфуса, Р.Лоуи, У.Тига).

 Обратимся подробнее к предполагаемым ответам на вопрос о возможной дате рождения дизайна. Самым значительным событием, круто изменившим весь уклад жизни людей, среду их обитания, предметное окружение, и, в конечном итоге, всю человеческую культуру стала произошедшая в 1750-1850 годы промышленная революция – Великий промышленный переворот (4). Технической основой промышленной революции послужило изобретение нового типа двигателя – паровой машины. В целом «техническая революция конца XVIII – начала XIX вв. связана с изобретением и внедрением рабочих машин в ведущую отрасль промышленности этого периода – текстильное производство» (5). Этот процесс захватил наиболее развитые страны, в первую очередь – страны Европы. Сущность промышленного переворота состояла в передаче функций человеческой руки машине. Механизмы существовали с древних времён, но машина – явление новое. Важно отметить, что машина представляла собой принципиально новое образование – систему механизмов, функционирующих по заданной программе. Она заменяет уже не столько физическую силу человека, сколько его умение.
В Англии как в стране с наиболее развитой экономикой и производством промышленная революция привела к наибольшим результатам: в эти годы изготовление вещей с помощью машин приобрело невиданные прежде
масштабы. Однако следствием количественного роста предметного окружения стало снижение общего художественного уровня изделий, недостаточное внимание к внешнему виду товаров.
 Идея нового гармоничного века, нового Возрождения стала главной в
деятельности Уильям а Морриса и возглавляемого им «Движения за связь искусств и ремёсел» (6). Своими методами, опираясь на достижения ремесла, но отбрасывая в сторону элементы украшательства, Моррис пытался создать
гармоничное предметно-пространственное окружение, утверждал собственный стиль среды, основанной «на принципах спокойной целесообразности, противопоставленной всему вычурному, болезненному и нарочитому» (7). Для него было важно любое предметное окружение, без разделения на эстетически значимое и обыденное. Вот с каким пафосом говорил Моррис об этом в своих беседах, обращаясь к коллегам: «если вы откажетесь применять искусство к предметам первой необходимости, то получите отнюдь не безобидные вещи, а вещи, причиняющие такой же вред, как, скажем, одеяла, которыми покрывались больные оспой или скарлатиной»(8).
 Очень важно отметить комплексный подход У.Морриса к созданию
среды обитания, её проектирование как целостной системы, когда всякому
элементу окружения уделялось необходимое внимание (9).
Наиболее ярко Моррис продемонстрировал свои убеждения при проектировании собственного дома «Red House» (1859 г.), где идея единства предметно-пространственной среды получила максимальное развитие. Эстетизированное единство представлялось Моррису инструментом для создания гармоничного образа жизни, поддержания идеальных человеческих отношений посредством авторского замысла проектировщика. Используя в доме свободную функциональную планировку всех помещений, Моррис разработал и внутреннее убранство помещений: мебель, светильники, посуду, реализуя, таким образом, свою концепцию в жизнь.
 Ещё одна точка зрения на момент рождения дизайна связана с началом
тесного сотрудничества художников и представителей промышленности. В
1907 году П.Беренс, уже достаточно известный в тот момент архитектор и
проектировщик предметно-пространственной среды, принимает предложение главы немецкого концерна AEG (Allgemeine Elektrizitats Gesellschaft – Всеобщая компания электричества) В.Ратенау занять пост главного художника фирмы – консультанта по вопросам архитектуры, промышленной продукции, графики. Компания AEG была создана в 1880-е годы как часть американских предприятий Эдисона, она имела даже первоначальное название «Германское Эдисоновское общество».
Задачей Беренса в той ситуации стало соблюдение интересов концерна
как крупного коммерческого предприятия, то есть создание изделий, использующих современные технологии и ориентированных на широкую продажу, формирование образа предприятия через архитектурные постройки и рекламно-информационные материалы. Средством для решения этой задачи и стала собственно художественно-проектная деятельность П.Беренса.
 Среди объектов проектирования на AEG были разнообразные вещи:
электрические часы и электрические вентиляторы, электроплиты и электрочайники, электротрансформаторы и осветительные приборы. Во всех этих предметах Беренс, с одной стороны, старался найти образ современных вещей, в которых сочетаются известные функции и новые технические достижения, а с другой, сделать эти изделия соответствующими технологическим требованиям производства. Беренс стремится уйти от чрезмерной техничности изделий, с трудом воспринимаемой потребителем, и открыть мир красоты технических объектов, обладающих собственными эстетическими достоинствами.

 Самое значительное достижение П.Беренса в период работы в AEG –
создание единого стиля для всех объектов концерна, так называемого «фирменного стиля». В рамках этой программы были разработаны и реализованы на практике уже упоминавшиеся выше образцы электрических приборов, архитектурные проекты зданий AEG, фирменный знак предприятия, рекламно- информационные материалы. Такое комплексное и масштабное обращение ко всем проявлениям деятельности промышленной компании со стороны художника, архитектора произошло впервые.
Третья точка зрения на момент рождения дизайна предлагает считать
точным сроком период создания специализированных учебных заведений и
время, когда дипломированные специалисты этих школ приступили к реальной практике. Эта позиция основывается на мнении о том, что всякая профессиональная деятельность может быть признана состоявшейся, когда будет создана система воспроизводства профессии, т.е. специальные учебные заведения. Первыми учебными заведениями, направленными на воспитание специалистов нового профиля, стали БАУХАУЗ (BAUHAUS) в Германии и
ВХУТЕМАС в России. Создание БАУХАУЗа стало результатом длительных попыток провести реформу системы обучения прикладному искусству в Германии. В рамках этого процесса «в 1906 году в Веймаре великим герцогом была основана Школа искусств и ремёсел под руководством бельгийского архитектора Хенри ван де Вельде» (10). Однако первая мировая война внесла коррективы в развитие педагогического процесса – Вельде как иностранный подданный был вынужден уйти в отставку. Он предложил несколько кандидатур возможных приемников. Среди них был В.Гропиус, которому вскоре предстояло стать первым директором БАУХАУЗа.
Государственный БАУХАУЗ («Дом строительства») был основан в
г.Веймаре в 1919 году на основе объединения Высшей школы изобразительных искусств, Школы прикладного искусства и вновь организованного отделения архитектуры. Задачей такого объединения было «связать между собой все виды художественного творчества, превратить материально- художественные основы таких дисциплин, как скульптура, живопись, прикладное искусство и ремёсла, наряду с новой дисциплиной, архитектурой, внерасторжимое единство»(11). Всё было насквозь пронизано романтикой нового мира и утопичными идеями о возможном совершенствовании человеческого общества, связанными, в первую очередь, с социальной атмосферой послевоенной Германии. Чрезвычайно важно акцентировать социальный аспект в воспитании учащихся БАУХАУЗА – синтез искусства и техники рассматривался в тесной связи с активной гражданской позицией. Впоследствии программа БАУХАУЗа оказалась во многом противоречивой, ошибочной в отношении возврата к ремеслу, спорной в своей общественной направленности, но всегда оставалась в авангарде дизайнерской культуры. Важнейшей заслугой первых шагов БАУХАУЗа стала его роль возмутителя спокойствия в системе существовавшего образования, катализатора новых идей, взглядов, мнений во взаимоотношениях искусства и ремесла, промышленности и искусства, техники и общества (12).

 Весь период существования БАУХАУЗа состоял из трёх крупных временных этапов, связанных с личностью руководителя школы:

1) 1919-1928 гг., директор Вальтер Гропиус;

2) 1928–1930 гг., директор Ганнес Майер;

3) 1930–1933 гг., директор Мис ван дер Роэ.

Каждый из этапов имел отличия в поставленных задачах и способах их достижения, так как роль руководителя в школе имела очень большое значение. Во время работы директором Гропиуса основной акцент в идеологии

В стенах ВХУТЕМАСа были разработаны и внедрены в жизнь новые
курсы, новые методики преподавания художественно-конструкторских дисциплин, что связано с работой в мастерских школы ведущих специалистов- энтузиастов новой профессии: А.В.Бабичева, А.В.Веснина, А.М.Лавинского, Н.А.Ладовского, Л.М.Лисицкого, Л.В.Поповой, А.М.Родченко, В.Е.Татлина и
др.
Как в случае с БАУХАУЗом, так и в случае с ВХУТЕМАСом важно отметить, что главной заслугой этих школ было формирование профессиональной идеологии дизайна как нового особого вида деятельности. В них впервые сложились специфические методики преподавания дизайна, были разработаны курсы пропедевтических дисциплин. Дипломированные дизайнеры, завершившее своё обучение в стенах БАУХАУЗа и ВХУТЕМАСа, были не просто квалифицированными мастерами, но и людьми с активной гражданской позицией.
 Однако, несмотря на довольно большое количество выпускников этих
учебных заведений, им не удалось заметно воздействовать на ситуацию в реальной промышленности. Это произошло вследствие различных причин политического, экономического и социального характера. Главная роль первых специализированных дизайнерских школ заключалась в формировании модели профессии, выработке профессиональных методов и средств работы дизайнера, определении места дизайнеров в обществе.
Наконец, четвёртая точка зрения на возникновение дизайна рассматривает его историю рождения как историю, когда эта профессия вошла в реальную жизнь – это время первых промышленных дизайнеров в США.
Собственные традиции, необходимые для возникновения дизайна, подобные европейским традициям ремесла и искусства, в Америке отсутствовали. Промышленность США была наиболее передовой в техническом плане,
но не имела достойного опыта в дизайне. За такими знаниями американцы
обратились к Европе. Однако главной задачей были не сами знания о деятельности дизайнеров и их методах работы, а те финансовые выгоды, которые эти знания могут принести. Задача американцев, направивших своих представителей в европейские страны, формулировалась так: «перенять в Европе всё, что можно для усовершенствования американского коммерческого искусства» (13). В отличие от дизайнеров-европейцев, представлявших дизайн как деятельность либо социально направленную, либо интересовавшимися сугубо профессиональными аспектами дизайна, американские дизайнеры предстали в первую очередь предпринимателями-коммерсантами.
 Первая дизайнерская фирма в США была открыта в 1927 году. Её основателем был У.Тиг. Предприятие занималось проектированием продукции для промышленных предприятий (интерьеров магазинов и самолётов, автомобилей и фотокамер, заправочных станций и выставочных павильонов, оптических инструментов и упаковки), оказывало консультационные услуги в области дизайна, было логично встроено в систему промышленного проектирования. Появление специализированного проектного дизайн-бюро стало закономерным следствием развития американской индустрии, её потребности в новом виде услуг. Однако фирма была одной из немногих, кто решал такие специфические задачи.
 Настоящий подъём в развитии дизайнерской практики произошёл благодаря мировому экономическому кризису 1929 года, который очень сильно подорвал американскую экономику и заставил искать всевозможные варианты выхода из критического положения. «Великая депрессия» резко снизила покупательную активность. Встала острая необходимость в новых средствах для стабилизации и восстановления потребительского рынка. С такой задачей промышленники обратились к дизайну – в нём они увидели потенциальную возможность оживления экономики. И, действительно, дизайн оказал значительную помощь в этой ситуации. Более того, успех от применения методов дизайна к промышленной продукции превзошёл все ожидания. Изделия, прошедшие через руки профессиональных дизайнеров, действительно стали лучше выглядеть, быть удобнее, надёжнее и экономичнее, и как результат – 1 Кантор К.М. резко возрос потребительский спрос на новые промышленные изделия. Дизайну стали приписывать почти магическую силу.
 И, разумеется, американский дизайн подтвердил свою коммерческую
сущность, отреагировав на успех – было создано множество дизайнерских
фирм, возникла новая сфера бизнеса – пришло время делать деньги. Впервые
в мировой практике дизайнерская деятельность была так масштабно востребована промышленностью, получила от неё реальный заказ, а объекты дизайнерского проектирования получили массовое распространение. Как заключает М.С. Каган, «…дизайн до конца 30-х годов двадцатого века остаётся, прежде всего, идейным течением. Говорить о нём как о массовом явлении становится возможным лишь после кризиса 1929 года, когда дизайнерская деятельность приобрела мощный экономический стимул» (14).
Крепкие и глубокие связи дизайн-фирм с промышленностью, ориентация реальной практики дизайна на работу в условиях рыночной экономики,
массовое проникновение объектов дизайна в жизнь, пристальное внимание к
потребителю – характерные черты сегодняшней модели мирового дизайна –
в большой степени результат соприкосновения дизайна и промышленности
США в кризисные 1930-е годы.
 Таким образом, дизайн, импортированный из Европы и «проросший»
на почве американской промышленности и своеобразной культуры, превратился в особенный вид профессиональной деятельности, когда главной фигурой стал дизайнер-коммерсант, в то время как в Европе дизайнер больше был художником и социальным реформатором.
 Рассмотрение проблемы о дате возникновения дизайна в широком историко-культурологическом срезе позволяет предположить, что все представленные концепции обладают как определёнными достоинствами, так и недостатками. Так невозможно отдать предпочтение какой-либо из рассмотренных точек зрения на момент рождения дизайна, которая точно и полно передавала бы его сущность как новой профессиональной деятельности. Каждая позиция вполне справедливо определяет характерные признаки профессии и убедительно указывает на время и причины их появления.
 Практика У.Морриса показала внимание дизайнера к гармоничному
решению предметно-пространственной среды, где всё материальное наполнение подчинено общей идее. Моррис впервые выступил не просто как мастер своей профессии, но и как художник-организатор, объединивший своими усилиями специалистов различных профессий для достижения общего результата. Интересно его предложение по формированию массового вкуса через отдельные образцы передовой продукции, показывающее гуманитарную направленность профессиональных взглядов Морриса.
 Сотрудничество П.Беренса с промышленником В.Ратенау в работе для
компании AEG показало, насколько интересной и важной стала роль дизайнера в производстве. Впервые дизайнер оказал такое большое влияние на создание массовой продукции и выработку узнаваемого облика фирмы – её фирменного стиля. Впервые промышленность обратилась к дизайну как к необходимому звену своей собственной системы, предоставив дизайнеру место внутри себя – место «главного художника фирмы». И, проводя сравнение с идеями Морриса, важно отметить мысли Беренса о благотворном влиянии на вкусы людей и культуру в целом крупной корпорации, которое осуществляется благодаря массовости выпускаемой продукции.
 ь Первые мировые школы дизайна БАУХАУЗ и ВХУТЕМАС создали целостную модель профессии, сформировали идеологию профессии, где дизайнер выступал и как специалист по проектированию новой предметно-
пространственной среды, и как человек с активной гражданской позицией.
Были выработаны и предложены новые учебные дисциплины, созданы оригинальные методики преподавания. Дизайнер рассматривался как специалист универсального интегративного типа.
 В систему его подготовки входили общетеоретические, художественные, технические дисциплины. В качестве преподавателей и консультантов приглашались художники, инженеры, архитекторы, специалисты по организации производства. Можно предположить, что если дизайнер считается специалистом интегративного типа, то он должен ориентироваться во многих областях знаний.
 Заслуга первых дизайнерских школ состоит не только в создании идейно-методологического ядра собственно художественно-конструкторской деятельности, но и в определении взаимосвязей дизайна со всей системой культуры.
 Американская модель дизайна показала, что в условиях рыночной экономики дизайн становится мощным инструментом торговли и потому востребован со стороны промышленности. Лишь только в практике американских дизайнеров новая профессия приобретает массовый масштаб. Дизайн, который продаёт, который заставляет «звенеть кассу», дизайнер-коммерсант – вот ещё один облик профессии.
 Тем не менее все эти концепции обладают одним существенным недостатком – рассматривают дизайн через отдельные аспекты его проявления, и, следовательно, итоги такого рассмотрения оказываются ограничены рамками, установленными конкретной точкой зрения на проблему дизайна в целом.
 Представляется, что более верный ответ на вопрос о времени рождения
дизайна мы сможем получить, если целостно рассмотрим историю становления дизайна во всех его проявлениях. А такой подход подразумевает обращение ко всем фактам истории становления дизайна без возведения непреодолимых границ между различными концепциями. В этом случае и практика Морриса, и сотрудничество Беренса с AEG, и создание первых дизайнерских школ, и опыт американских дизайнеров-коммерсантов – всё это должно рассматриваться как единый непрерывный процесс формирования профессии «дизайнер». И, следовательно, все эти факты являются фактами единой истории становления дизайна. Исходя из этого представляется возможным считать все прежние точки зрения достаточно оправданными по отношению к отдельным аспектам дизайна. Сроком возникновения дизайна как особого вида деятельности со своими целями, задачами, методами и средствами работы, организационными формами и системой специального образования следует считать временной
промежуток, ограниченный 1870-ми и 1930-ми годами.

Литературы:

1. Дизайн в высшей школе: Сб. науч. тр. / Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики / Гл.ред. Л.А.Кузьмичев. – М.: ВНИИТЭ,1994. – С.7.
2. Дизайн в высшей школе: Сб. науч. тр. / Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики… С.8.
3. Каган М.С. О прикладном искусстве. – Л.: Худ-к РСФСР, 1961. – С.42.

4. Сабо Е.Р. Революция машин. – Будапешт: Корвина, 1979.

5. Техника в её историческом развитии / Отв. ред. С.В.Шухардин. – М.: Наука,1979. – С.156.
6. Адамс С. Движение искусств и ремёсел. Пер. с англ. – М.: Радуга. – 2000.
7. Моррис Уильям / Сто дизайнеров Запада / Всесоюзный научно-исследова тельский институт технической эстетики / Гл.ред. Л.А.Кузьмичев. – М.:
ВНИИТЭ, 1994. – С.125.
8. Моррис У. Искусство и жизнь. Пер. с англ. – М.: Искусство, 1973. – С.295.
9. Аронов В.Р. Предметная среда в теории У.Морриса // Техническая эстетика. – 1976. - № 9. – С.23-26.

10. Фремптон К. Современная архитектура. Пер. с англ. – М.: Стройиздат, 1990. – С.181. 11. Аронов В.Р. БАУХАУЗ и ВХУТЕМАС // Современный дизайн и наследие ВХУТЕМАСА. Труды ВНИИТЭ. – М.: ВНИИТЭ, 1982. – Вып. 34. – С.75.

12. Аронов В.Р. Искусство и техника – новое единство // Техническая эстетика. – 1983. - № 6. – С.24-29