**Лекция 3. Концептуальный дизайн: от идеи к продукту**

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. Бодрийяра, 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 презентируемой 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 дизайна 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 дизайна 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 концептуального 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; образуется 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 Garcons 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, отсечения 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 преставления;

– 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 сместил 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.

**Библиографическая ссылка**

Толмачева Г.В. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН: ОТ ИДЕИ К ПРОДУКТУ // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 10-4. – С. 728-730;
URL: https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7614 (дата обращения: 25.10.2024).

**Вопрос к семинарской занятий:** Первые стили