А.В. СИКАЧЕВ
Кандидат архитектуры, профессор МАРХИ (Государственная академия) (1990–2015 гг.)
e-mail: av.sikachev@markhi.ru

A.V. SIKACHEV
Candidate of architecture, professor MARHI (State Academy) (1990–2015)
e-mail: av.sikachev@markhi.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_2_49_59

ОДУШЕВЛЕНИЕ НЕОДУШЕВЛЕННЫХ ОБЪЕКТОВ ДИЗАЙНА И АРХИТЕКТУРЫ

A CONVERSATION BETWEEN A PERSON AND THE SOUL OF AN INANIMATE CREATION OF ARCHITECTURE AND DESIGN

Мир разделен на две взаимодействующие друг с другом части — одушевленную и неодушевленную. У человека, существа одушевленного, есть для такого взаимодействия устный язык, письменность — алфавитная, пиктографическая, иероглифическая. У неодушевленных объектов среды таких средств нет. Добавляя неодушевленным произведениям дизайна и архитектуры некоторые из человеческих свойств, одушевляя их, мы монолог человека, обращенный к неодушевленной части мира, превращаем в диалог и намечаем новые направления архитектурно-дизайнерского творчества.

The world is divided into two interacting parts — animate and inanimate. A human being, an animate being, has an oral language for such interaction, a written language — alphabetic, pictographic, hieroglyphic. Inanimate objects of the environment do not have such means. By adding to inanimate works of design and architecture some of the human properties, animating them, we turn a monologue of a person addressed to the inanimate part of the world into a dialogue and outline new directions

Ключевые слова: дизайн, архитектура, одушевление, диалог, пиктограмма, иероглиф, алфавит.
Keywords: design, architecture, animation, dialog, pictogram, hieroglyph, alphabet.

Мир, нас окружающий, люди разделили на две четко отличающиеся друг от друга части — одушевленную и неодушевленную. Право называться «обладающим душой существом» мы присвоили только себе. Все остальное, без исключения, в том числе то, что создают архитекторы и дизайнеры, постановили считать душой не обладающими, что значит неодушевленными. Однако ситуация с этой самой душой довольно запутанная.

Широко известны весьма успешные диалоги человека с обезьянами. Никого не удивит и вполне человеческий характер общения хозяина со своей любимой собакой. Но это еще не все. Сплошь и рядом люди очеловечивают растения и даже бытовые предметы. Отношение к подобному явлению очень настороженное, а то и откровенно отрицательное. «Одно дело разговаривать с растениями, хуже, когда они начинают тебе отвечать». Это ходячее выражение подразумевает, что разговор с неодушевленными объектами — явно некая ненормальность, хотя не очень большая и поэтому простительная. Важно только, чтобы она не перерастала в психическое расстройство.

Но что значит отвечать? Чтобы неодушевленный объект произнес в ответ некоторые слова? Но, по утверждению ряда специалистов, даже человек использует вербальные методы коммуникации не более чем в 7 % случаев. А в остальных обходится без слов [1], причем это справедливо не только относительно общения между людьми, но и в разговоре с самим собой. Еще И.П. Павлов говорил о формах конкретного мышления без слов [2]. А американский психолог Р. Арнхейм ввел понятие «визуальное мышление», сочинив для его пояснения такой пример. Двух мальчиков спросили, сколько будет времени через полчаса, если сейчас на часах 3:40. Оба с задачей справились, но мыслили совершенно по-разному. Один произвел обычный математический расчет. А вот другой стал оперировать исключительно визуальными образами. Час — это круглый циферблат часов, полчаса — половина круга. В 3 часа 40 минут минутная стрелка стоит под косым углом слева на расстоянии двух пятиминутных делений от вертикали. Он мысленно разрезал диск пополам

и получил точку, которая находится в двух делениях справа от вертикали на противоположной стороне. Произошло все это у него практически мгновенно. Ответ он как бы мысленно увидел, но не как число, а в форме картинки [3].

В той или иной степени каждый из нас применяет оба типа мышления. Но у разных людей различный процент использования каждого из этих способов. Статистически картина данного явления со временем изменяется. «В XX веке интеллект людей перераспределился. Люди стали более рациональными и менее образно-эмоциональными. Такое перераспределение неизбежно происходит в результате изменения условий жизни» [4]. И все же, вопреки продолжающейся агрессии рационализма, архитекторам и дизайнерам по-прежнему более свойственно именно образно-эмоциональное мышление, одной из важных разновидностей которого является мышление визуальное.

Когда мы встречаемся с незнакомым человеком, определенную информацию о нем получаем еще до того, как успеваем произнести первые слова. Это так называемое первое впечатление. Оно не вербальное, а полностью визуальное. Уже с первого взгляда мы знаем (точнее, наше подсознание распознало) пол будущего собеседника, приблизительно возраст, рост и другие его физические параметры. Вдобавок о многом нам поведали его одежда, жесты, мимика и другие невербальные средства [5]. Первое впечатление сохраняется в подсознании почти полгода. Оно играет очень важную роль, влияя на характер всех последующих контактов с данным человеком. Но оно не отличается точностью. И если потом выяснится, что оно не совсем справедливо, исправить себя будет очень сложно. Как говорила Коко Шанель, «у вас не будет второго шанса произвести первое впечатление» [6].

Входя в супермаркет или в какое-нибудь медицинское учреждение, мы замечаем на груди сотрудника табличку с его именем и функцией (кассир, врач-невролог и т. п.) Это очень полезная дополнительная информация, облегчающая последующий диалог. Аналогично, впервые увидев большое сооружение с высокими дымящими трубами, человек догадывается, что это, скорее всего, завод, а не театр или стадион. Но после этого требуются уточнения, чтобы будущее взаимодействие с этим предметом было оптимальным. Форма предмета и его частей не только обеспечивает выполнение определенной эксплуатационной функции, но и работает как информационный знак. «Объекты своей формой со-

общают нам о том, как мы можем взаимодействовать с ними: дверная ручка своим размером и формой приглашает взяться за нее и повернуть. Ручка чашки дает знак, что сквозь нее нужно просунуть пальцы. Ручка сумки предлагает обхватить ее ладонью» [7]. Однако только этой информации потребителю всегда недостаточно. И чтобы помочь ему, дизайнер привносит в объект дополнительную визуальную информацию. А иногда это делается даже без помощи дизайнера. Так, хозяин одного из берлинских велосипедных магазинов развесил на фасаде своего здания велосипеды. В результате этот «не обладающий душой» объект стал доходчиво рассказывать всем потенциальным покупателям, чем именно торгуют в этом магазине (рис. 1).



Рис.1. Магазин велосипедов. Берлин

Теоретически, эти велосипеды вполне можно снять со стены и использовать, как и прежде, в качестве средств передвижения. Но, по сути, эти объекты перестали быть транспортными устройствами, превратившись просто в знак. Тем самым множество функций объекта свелось всего лишь к одной — информационной. Принято считать, что у человека первой формой информации был рисунок. Но, скорее всего, сначала эту функцию выполнял реальный предмет, и только потом вместо него стали использовать изображения. В какой-то момент наш древний предок понял, что, если предмет используется лишь как знак, все остальные его функции стали лишними. Значит, предмет вполне можно изменить, упростить, отбросив ненужные детали. Так физический объект стал превращаться в то, что современная наука обозначает термином «пиктограмма». Упрощения продолжались, связь с реальными предметами все больше утрачивалась. И около 6000 лет назад возникла иероглифическая письменность.

Сегодня в архитектуре и дизайне мы можем увидеть немало творческих решений с активным использованием иероглифического феномена. Конечно, буквальных повторений история не знает. Повторяется не хронологически точный ход эволюции, а лишь ее отдельные фрагменты, в иной форме, в другой последовательности. Велосипеды на





Рис.2. Арх. Барщ М., Колчин М., скульптор Файдыш-Крандиевский А. Монумент «Покорителям космоса» (Первоначальное название: «Монумент в честь запуска первого спутника Земли»). Архитектурный конкурс – 1958 г., завершение строительства – 1964 г.
Рис.3. Музей «Тело человека». Лейден, Нидерланды

фасаде — это ремейк «допиктографического» этапа визуального языка. Можно привести и другие примеры. Так, в нашей стране немало памятных сооружений, где в качестве информационных знаков использованы подлинные сохранившиеся танки. А в сооружении на месте одного из лагерей военнопленных использован котел, в котором готовили еду для пленных. Прием прямолинейный, примитивный, зачастую являющийся продуктом самодеятельности, но, тем не менее, имеющий право на существование.

Профессионал работает тоньше. В монументе «Покорителям космоса» авторы вместо подлинной ракеты сделали ее упрощенное объемное изображение. Взлететь она уже не может. Но и не нужно, ведь теперь у нее совсем другая задача — дать зрителю дополнительную информацию, говорящую, что перед ним нечто, имеющее отношение к освоению космоса (рис. 2).

Это еще не пиктограмма — изображение слишком натуралистическое. А вот в городе Лейден, близ столицы Нидерландов, построили музей «Тело человека», заметной частью которого является гигантская фигура сидящего человека (рис. 3).

Фигура явно не претендует на то, чтобы называться скульптурой. Форма ее предельно упрощена, что естественно для пиктограммы.

А внутри «псевдоскульптуры» располагается начало экспозиции, затем постепенно перетекающей в другую часть музея, более обычную по форме. В связи с этим вспоминается история с неосуществленным проектом Дворца Советов. Запроектированная гигантская скульптура Ленина стала бы сверхмощной натуралистической пиктограммой, информационным знаком господствовавшей тогда в нашей стране идеологии. Но, если бы проект осуществили, внутри скульптуры получились бы огромные пустующие объемы, поэтому вполне серьезно стали обсуждать, как их использовать. Предлагалось, например, разместить там библиотечные залы. А вот в музее «Тело человека» подобный композиционный прием применен вовсе не ради использования пропадающего архитектурного объема. Здесь пиктограмма — органичная часть экспозиции. С нее начинается диалог посетителя с душой неодушевленного архитектурно-дизайнерского объекта, диалога в форме увлекательного и очень наглядного рассказа о внутреннем строении и функционировании тела человека.

Архитектурно-дизайнерская пиктограмма — это не механически добавляемая деталь, не разновидность этикетки. Это всегда органичная часть объекта, будь то большое здание, как музей «Тело человека», или скромный предмет бытовой мебели вроде «Обучающего комода», разработанного американским дизайнером Питером Бристолем (рис. 4).

Идея автора — содействовать воспитанию в детях привычки к поддержанию чистоты и порядка и сделать это с помощью дизайнерской формы, понятной даже самым маленьким. Поскольку разные ящики комода предназначены для разных вещей, дверцы сделаны разными, повторяющими форму соответствующего предмета одежды. В принципе, можно было бы сделать дверцы одинаковыми и затем наклеить на них этикетки с изображениями. Но здесь пиктограммы именно дизайнерские, они — часть конструкции изделия [8].



Рис.4. Диз. Бристоль П. «Обучающий комод». США

Пиктограммы активно вошли в нашу жизнь. Дорожные знаки — это ведь тоже, в большинстве своем, пиктограммы. В большинстве, но не все. Иероглифическая письменность действи-

тельно начиналась с пиктограмм. Поначалу изображали понятия, соответствующие видимым предметам, — человек, дерево, дом. Но как быть с более абстрактными — свобода, удовлетворение, надежда и т. п.? И тогда стали в добавление к пиктографическим создавать иероглифы на основе договоренностей между людьми [9]. В наших дорожных знаках так называемый «кирпич» — это тоже результат договоренностей, как и договорились считать крест определенного рисунка признаком принадлежности к медицине. И вот архитектурно-дизайнерское следствие подобного явления — здание аптеки в Москве (рис. 5).





Рис.5. Арх. Асс Е. и Ларин А. Аптека. Орехово-Борисово, Москва
Рис.6. Диз. Аларсон Е., Аларсон А, Маркес С. и Самерон Е. Автобусная остановка. Хайлендтаун, США

Часть здания превращена в скульптурный знак, архитектурно зафиксированную информацию, внятно рассказывающую посетителю о назначении объекта. Это самый настоящий архитектурный иероглиф, визуальная материализация разговора человека с неодушевленным объектом с помощью языка архитектуры. Язык является одним из важнейших достижений человека, обеспечивающих общение. Визуальная фиксация языка — это письменность. Как показывают приведенные примеры, иероглифический вариант письменности в определенной степени уже знаком объектам архитектуры и дизайна.

Но еще существует письменность алфавитная. Иероглифы так или иначе связаны с тем, что человек видит. А алфавит — это визуальный шифр того, что человек слышит. Язык архитекторов и дизайнеров — преимущественно визуальный, поэтому им пиктограммы и иероглифы удобнее, чем буквы и слова. Но вот испанская архитектурно-дизайнерская группа под названием «mmmm...» разработала для неболь-

шого американского городка Хайлендтаун (чуть больше семи тысяч жителей) автобусную остановку, форма которой представляет собой слово «BUS» — автобус (рис. 6).



Рис.7. Дизайн-студия DDB Group. Мебель-слова. Сингапур

Перед нами — своеобразный разговор объекта с человеком. Информация о назначении сооружения преобразилась в сам объект. Благодаря большому размеру, буквы хорошо видны издалека, что есть дополнительный плюс для потенциальных пассажиров. Но и традиционные функциональные требования к автобусной остановке в той или иной степени учтены. Так, по замыслу авторов, буква «B» служит одновременно укрытием от дождя. На букве «S» люди могут расслабиться в ожидании автобуса. А в «U» могут при желании сидеть, стоять или лежать в разных позах [10]. Правда, все это можно было бы обеспечить гораздо проще и с бóльшим удобством для людей. И крыша маловата, и на обычных скамейках сидеть удобнее. Информационная задача превратилась из дополнительной в главную, и функциональными соображениями авторам пришлось немного поступиться. Однако стремление гармонично сочетать алфавитный феномен с привычными представлениями об автобусной остановке здесь все же просматривается.

Достичь гармоничности удается не всегда. Сингапурская дизайнерская фирма «DDB» предложила серию «говорящих» мебельных изделий. Эти неодушевленные объекты считают людей намного глупей себя. И поэтому объясняют нам, недоразвитым: «Я — стул», «Я — стол», «А я — лампа» (рис. 7).

Говорят это (точнее пишут) обычным английским языком, правда, довольно хитрой манерой. Каждое из изделий собирается из нескольких плоских фанерных элементов в форме букв латинского алфавита. Потребителю можно (нужно?) набрать строго определенный комплект элементов, чтобы составить слово, обозначающее данный предмет [11]. Однако в собранном виде это слово невозможно не только прочитать, но даже догадаться о его существовании. Дополнительной полезной информации не получилось. А уж о каких-то особенных экс-

плуатационных удобствах и говорить не приходится. Использовали мощный инструмент общения — алфавит, а диалог не получился.

Любой дизайнерский прием, открывающий возможности для оригинальных решений, одновременно порождает дополнительные трудности. Их необходимо проектными средствами решать, а не игнорировать. Оригинальность любой ценой превращается в оригинальничание, а то и в абсурд. Например, довольно нелепым выглядит предложение изготавливать пакеты молока в форме слова «MILK» — молоко (рис. 8).



Рис. 8. Диз. Лефевр Г. и Де Ж.Упаковка для молока

В отличие от предыдущего примера, здесь слово прочитывается легко. Но это все, что можно считать положительным в данном решении. Полностью вылить молоко из такого пакета очень трудно — в многочисленных острых закоулках емкости часть жидкости наверняка будет оставаться. Не очень понятно, из какого материала при массовом производстве придется изготавливать подобное изделие. Видимо, из какого-то нового, очень жесткого, иначе буквы будут моментально сминаться. И главное — ради чего все эти искусственно создаваемые трудности? То, что получилось, можно рассматривать разве что как создаваемый в единичном экземпляре выставочный или рекламный экспонат, но не как дизайнерский продукт, ориентированный на массовое производство и, соответственно, на миллионы потребителей.

Подобные неудачные дизайнерские решения не ставят под сомнение использование алфавита в дизайне. Человек обладает целым рядом свойств, которых нет у предметов. И если мы некоторые из этих свойств «подарим» предметам, тем самым эти предметы сделаем более совершенными. Иероглиф и алфавит — это зрительная информация. Но для человека еще важна информация звуковая. И тогда естественно наделить такой же способностью и дизайнерский объект. И вот перед нами радиокомплекс, с корпусом в виде объемного слова RADIO. Вдобавок рядом находится пульт в форме слова «пульт» (рис. 9).

Тем самым эти устройства называют себя с помощью алфавита. Но этого показалось мало, и они дублируют свое сообщение голосом: «Я — радио!», «Я — пульт!». Тем самым при каждом контакте с человеком эти предметы с ним знакомятся. Но знакомство — это действие одноразовое. А это предметы ежедневного пользования. Так ли уж нужно им каждый день заново представляться своему хозяину? Не объясняет же каждое утро жена мужу, как ее зовут.



Рис.9. Дизайн-студия mintselect@mintpass. Радио «Радио»

Одушевление начинает захватывать и другие области дизайна. Книга долгое время оставалась информацией, прочитываемой исключительно зрением. Но уже вошла в нашу жизнь аудиокнига, воспринимаемая на слух. И вот художник-дизайнер Ирина Преснецова открывает выставку своих произведений под очень показательным названием: «Книжная графика. Не только бумага», где она активно использует вату, ракушки и даже металлические детали. А иллюстрации к фильмам Спилберга делает в виде маленьких пластилиновых макетов [13]. Разные материалы отличаются друг от друга не только видом. Они еще разные на ощупь. Подлинное одушевление предметов — это обеспечение диалога. И художник проводит мастер-класс, где ребята создают новые объекты из подручных материалов — цветной бумаги, пастели, «дождика» и мишуры. Работы И. Преснецовой еще нельзя назвать в полном смысле переводом книги из мира зрения в мир осязания. Но это шаг в данном направлении.

А еще у человека есть обоняние и вкус. И они тоже подсказывают возможные новые направления дизайнерского творчества, если по ним пойти. Но дело в том, что выбор дороги можно делать только тогда, когда есть из чего выбирать, когда перед тобой пусть тебе не известная, но все же уже существующая дорога. А что делать, когда никакой дороги нет, целина? Тогда проблема выбора трансформируется в проблему строительства, в творческий принцип «Дорогу осилит ее пролагающий».

Список литературы:

1. Русский язык и культура речи. УрГПУ. Курс лекций. Электронный ресурс. — URL: https://studfile.net/preview/5796159/ (дата обращения: 02.02.2021).

2. *Горелов И.* Невербальные компоненты коммуникации. — М.: URSS. 2014.

3. *Арнхейм Р.* Визуальное мышление. Электронный ресурс. — URL:https://www.psychology-online.net/articles/doc-1465, (дата обращения: 25.01.2021).

4. *Ушаков Д.В.* Психология интеллекта и одаренности. Изд. Литагент «Когито-Центр», 2015. Электронный ресурс. — URL: https://iknigi.net/avtor-dmitriy-ushakov/96101-psihologiya-intellekta-i-odarennosti, (дата обращения: 30.02.2021).

5. *Пиз А.* Язык телодвижений. Электронный ресурс. — URL: http://psychologi.net.ru/book2_isk_ob/yazik_telodv. html, (дата обращения: 06.01.2021).

6. *Токманцева А.* Первое впечатление обманчиво. Восприятие человека: правда и вымысел. Электронный ресурс. — URL: https://fb.ru/article/392175/pervoe-vpechatlenie-obmanchivo-vospriyatie-cheloveka-pravda-i-vyimyis, (дата обращения: 10.01.2021).

7. *Weinschenk S.* 100 Things Every Designer Needs to Know About People. Электронный ресурс. — URL: www.r-5.org/files/books/computers/interface/design/Susan_Weinschenk-100_Things_About_People-EN.pdf (дата обращения: 15.01.2021).

8. Детский комод с подсказками. Training Dresser от Питера Бристоля (Peter Bristol). Электронный ресурс. — URL: https://novate.ru/blogs/180511/17656/ (дата обращения 02.02.2021).

9. Чурой А. О. Происхождение и значение китайского иероглифа. // Молодой учёный, № 18 (98). Электронный ресурс. — URL: https://moluch.ru/archive/98/22063/ (дата обращения: 08.11.2021).

10. Идеи дизайна: необычные остановки со всего мира. Электронный ресурс. — URL: https://joinfo.ua/curious/1002641_Idei-dizayna-neobichnie-ostanovki-mira.html (дата обращения: 05.01.2021).

11. Мебель в виде букв и знаков препинания. Электронный ресурс. — URL: http://hdinterior.ru/?p=78536 (дата обращения: 15.12.2020).

12. Говорящий дизайн, буквальные проекты. Обзор предметов, рожденных из алфавита. Электронный ресурс. — URL: https://novate.ru/blogs/100510/14686/ (дата обращения: 10.01.2021).

13. Ирина Преснецова. Книжная графика. Не только бумага. Электронный ресурс. — URL: http://www.vashdosug.ru/msk/exhibition/performance/490199/ (дата обращения: 04.01.2021).