

## ЭТНОСОЦИОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ (ETHNO & CULTURAL SOCIOLOGY)

DOI: 10.12731/2218-7405-2015-12-11

УДК 7; 18; 008

### ДВОЙСТВЕННАЯ СУЩНОСТЬ ДИЗАЙНА: СИМУЛЯЦИЯ И МИФОТВОРЧЕСТВО

**Панкратова А.В.**

**Цель:** рассмотреть дизайн как дихотомию понятий эйдос (идея, миф) и симулякр.

**Метод или методология проведения работы.** Различие между эйдосом и симулякром в дизайне объясняется через противопоставление данных понятий у Ж. Делеза. Статья раскрывает современный дизайн в двух противоположных аспектах: как производство симулякров и как поиск эйдоса вещи.

**Результаты.** Показано, что при смене парадигмы постмодерна новой эпохой техновитализма (термин М. Эпштейна) функция дизайна сместится в сторону поиска эйдосов.

**Область применения результатов:** культурологические и философские исследования, связанные с теоретическим осмыслением современного дизайна.

**Ключевые слова:** дизайн; идея (эйдос); миф, знак; симулякр, симуляция, эпистема постмодерна.

### DUAL ESSENCE OF DESIGN: SIMULATION AND MYTHMAKING

**Pankratova A.V.**

**Purpose:** consider design as a dichotomy concepts eidos (idea, a myth) and the simulacrum.

**Methodology.** The difference between eidos and simulacrum in design is explained by the opposition of these concepts from Gilles Deleuze. The article reveals contemporary design in two opposite ways: as the production of simulacrum and how to search for eidos of things.

**Results.** *It is shown that by changing the paradigm of postmodern new era tehnovitalizm (term Epstein) function design shift to the search of eidos.*

**Practical implications.** *Cultural and philosophical studies related to the theoretical understanding of modern design.*

**Keywords:** *design; the idea (eidos); the myth, the sign; simulacrum, simulation, postmodern episteme.*

Философская сущность современного дизайна раскрывается через дихотомию понятий эйдос и симулякр. Выявление различий идеи и симулякра стало актуальной задачей в философии во второй половине XX века, когда благодаря Ж. Бодрийяру у культурологов возникло серьезное искушение все риторические феномены современной действительности – моду, дизайн, интернет-ресурсы – отнести к симулякрам.

В статье «Платон и симулякр» Ж. Делез противопоставляет понятия идея и симулякр. В то же время, термины «идея» и «миф» употребляются Ж. Делезом как синонимы. Миф или идея (эйдос) – это оригинал, совершенное бытие, наиболее полноценная реальность.

Далее, понятие «симулякр» раскрывается через соотнесение симулякра и копии. Копия и симулякр – не одно и то же. Копии наделены сходством. Но это не столько внешнее сходство, сколько сходство по сути, по природе. Копии не сравниваются между собой, они сравниваются с оригиналом, с идеей. И различаются копии степенью близости к эйдосу. Симулякр лишен сущностного сходства с идеей. «Копия – это образ, наделенный сходством, тогда как симулякр – образ, лишенный сходства» [3]. Ж. Делез объясняет разницу копии и симулякра, апеллируя к катехизису. Бог создал человека по своему образу и подобию. Образ дается от рождения, подобие может быть достигнуто. Если человек не стремится уподобиться Богу, он сохраняет образ, но не подобие, и становится симулякром. Симулякр – это образ, сохраняющий внешнее сходство, но лишенный внутреннего подобия. Ж. Делез предлагает представить цепочку бесконечно деградирующих копий, в которых постепенно утрачивается внутреннее подобие оригиналу. На противоположной от эйдоса части спектра находится симулякр, который до такой степени не связан внутренним подобием с оригиналом, что уже даже не имитирует реальность. Крайняя степень симулякра – это отрицание малейшей связи с оригиналом, с реальностью, полная утрата реальности, а значит и симуляции. Симуляция, дошедшая до крайности, отрицает саму себя, так как уже нет того, что симулируется.

В гиперреальности, описанной Ж. Бодрийяром, «царствуют» симулякры третьего порядка – пустые образы, не только утратившие подобие оригинала, но и само представление о существовании оригинала. Симулякр первого порядка, например, чучело животного, являет-

ся образом, в котором нет внутреннего подобия. Чучело похоже на животное, но не обладает главным признаком – жизнью. Симулякр второго порядка, например, дизайнерский стул, сохраняет внешний образ идеи, но утрачивает связь с мифом, со стулом из мифической реальности, наделенным мифической целесообразностью. Симулякр третьего порядка, например, логотип, не отсылает ни к какому оригиналу вообще, остается чистая имитация.

В современном мире мифологическая реальность и гиперреальность симулякров существуют одновременно, поэтому их часто сложно разделить. И, тем не менее, это две противоположные реальности. Впрочем, эта тенденция характерна не только для современности. В диалоге «Софист», который как раз упоминает Ж. Делез, Платон делит изобразительное искусство на два вида: «искусство творить образы и искусство создавать призрачные подобия» [6, с. 30].

### **Современный дизайн как гиперреальность симулякров (искусство создавать призрачные подобия)**

Современный дизайн является одним из проявлений парадигмы постмодерна вообще, поэтому несет на себе отпечаток всех характеристик современной эпохи. В большинстве случаев дизайн создается стихийно, так как для продуманного творчества у дизайнеров просто нет времени и возможности. Необходимо быстро создавать на потоке продукт, который удовлетворит потребность заказчика. Поэтому произведения дизайна часто немотивированны и являются стихийным отражением постмодернистской культурной среды.

Например, уже два-три года в моде держится имидж, имитирующий внешний вид человека пятидесятых годов двадцатого века. Современные молодые люди носят прически и одежду, копирующую пятидесятые годы, однако сами не осознают, какой именно эпохе они подражают. Копируется образ без внутреннего подобия. В современном имидже «под пятидесятые» не ничего от культуры битников или рок-н-ролла, это именно копия, не отсылающая к оригиналу.

В современной фотографии в моде фильтры, создающие эффекты старой пленки, но эти эффекты не отсылают к оригиналу, они ничего не значат, не создают никакой коннотации.

В дизайне интерьера появляются элементы стиля барокко, не отсылающие даже к игровому прочтению XVII века, не играющие в «аристократический интерьер». Элемент барокко замыкается сам на себе и не раскрывает ни предпочтения заказчика, ни увлеченность дизайнера Новым Временем.

Постепенно в дизайне возникают симулякры четвертого порядка – знаки с отсутствием не только означаемого, но и означающего: минимализм в интерьере, отказ от клавиатуры в гаджетах, дизайн-код города.

Несмотря на свои негативные коннотации (человеку подсознательно неприятно все, что не имеет содержания и этим бравирует), симулякр является одним из видов знаков, и именно в качестве знака симулякр и используется современным дизайном. Дизайн в постмодерне оперирует всеми видами знаков, и симулякры просто являются знаком, наиболее часто встречающимся в семиотике современных графических сообщений.

### **Современный дизайн как мифологическая реальность (искусство творить образы)**

С другой стороны, дизайн является принципом устройства идеальной жизни [5]. Дизайн в лучшем проявлении – это мифологический феномен. Дизайн строит мир по законам чудесной мифологической целесообразности [4], и в этом смысле апеллирует к высшей реальности.

Любой мотивированный целесообразностью продукт дизайнера имеет одну и ту же цель – сделать жизнь комфортнее, решить дизайнерскую задачу, которая всегда сводится к одному: упростить взаимодействие человека с внешним миром. В общем случае, дизайн – это такая организация поверхности предметного мира, которая позволит наиболее удобно в нем существовать.

Дизайн работает с образом. Но образ, который имитирует реальность или даже имитирует несуществующую реальность, вводит реципиента в заблуждение. Когда дизайн остается на уровне оперирования симулякрами, он не строит мир по законам чудесной мифологической целесообразности, а наоборот, создает царство иллюзии. Гиперреальность симулякров – не самая комфортная среда обитания. Здесь уместно вспомнить «травму постмодерна» М. Эпштейна [8]. Реакция современного человека на гиперреальность – фрустрация, потерянности. Бессилие человека перед засилием симулякров уже лет двадцать описывает искусство от «Бойцовского клуба» и романов В. Пелевина, Ф. Бегбедера, Б.И. Эллиса до современного сериала «Черное зеркало».

В идеале, современный дизайн стремится создать для человека комфортные условия. Следовательно, цель дизайнера – вывести реципиента из лабиринта иллюзорных образов, создать сообщение, которое будет прочитано однозначно и понято одинаково всеми. Поэтому дизайн, являясь по своей природе риторическим поверхностным феноменом, вынужден начинать апеллировать к подобию, к сущности вещи.

Чем ближе дизайн воспроизводит эйдос вещи, тем более однозначно вещь будет прочитана реципиентом, тем удобнее будет взаимодействие с вещью. Чтобы построить реальность по законам чудесной мифологической целесообразности, дизайн вынужден искать способы сделать копию все более схожей с оригиналом, с идеей, с мифом.

Форма предмета кажется тем более совершенной, чем ближе она к эйдосу. Психика человека, даже если он не стоит на позициях платонизма, все равно опирается на архетипы, схемы образов, которые сложились за всю историю человечества и формируют личное и коллективное бессознательное. К.Г. Юнг описал то чувство «окрыленности», когда человек сталкивается с архетипом в искусстве: в жизни нас окружают повседневные детали, и когда мы встречаем архетип, образ, очищенный от банальностей, говорящий об общечеловеческом, то чувствуем соприкосновение с подлинной реальностью. Этот же механизм работает и в дизайне. Сознание встречает архетип, который может быть заложен в форме линий, в интерпретации темы, в обработке поверхности, и человек соприкасается с мифической целесообразностью, с подлинной реальностью.

В идеале, хорошая дизайнерская идея – это наиболее доходчивая передача эйдоса вещи или явления. Чтобы передать эйдос вещи, необходимо не только воспроизвести образ, но и вложить подобие, внутреннюю схожесть с оригиналом.

В этом смысле современный дизайн занят тем же, чем Сократ и его собеседники в диалогах Платона, – поиском сущностных, а не внешних признаков тех или иных предметов и явлений. Работая со знаками-индексами, дизайнер вынужден изображать не *что-либо быстрое*, а *идею скорости*, не *что-либо освежающее*, а *идею свежести*. И это должно быть не личное представление конкретного дизайнера, а понятная всем схема образа, архетипическая форма.

Чем ближе дизайнер подходит к воспроизведению эйдоса, тем понятнее и действеннее продукт дизайна. Чем дальше от эйдоса, тем больше шансов создать симулякр.

Дизайн, воспроизводящий эйдические образы вещей, создает у реципиента ощущение чудесной мифологической целесообразности. Мир становится понятен и удобен. Например, успокаивает понятная система навигации и пиктограмм в аэропорту. И напротив, отсутствие единого фирменного стиля для транспортной системы, как например, на автовокзалах Турции, где различные транспортные компании одновременно демонстрируют свои логотипы без какой-либо внятной дизайнерской системы, вводит случайного иностранца в недоумение. Такое же недоумение и растерянность может вызвать современный крупный торговый комплекс или экспозиция с огромным количеством разнообразной визуальной информации, часто не сочетающейся между собой.

Архетипическими формами в дизайне можно считать сложившиеся стили, так как эти образы уже имеют определенную историю и успели осесть в коллективном бессознательном. И напротив, эклектические гибриды различных стилистических форм создают область для производства симулякров.

Другой принцип разграничения эйдоса или симулякра в дизайне – степень функциональности. Если форма вещи отвечает её функции и позволяет прочесть эту функцию, то, скорее всего, предмет близок к его эйдосу. Если форма вещи входит в явное противоречие с её функцией, особенно, если это противоречие сознательно не декларируется, то, скорее всего, дизайнер воспроизвел очередной симулякр. В качестве примера такого симулякра можно привести кеды на шпильке. Удобная спортивная обувь превращается в непредназначенную для спорта. Внешний образ сохраняется, идея удобной спортивной обуви полностью нивелирована.

Согласно М. Эпштейну, эпоха постмодернизма постепенно переходит в новую эпистему – эпоху техновитализма. Бесконечное продуцирование симулякров, характерное для гиперреальности Ж. Бодрийера, перестает удерживать статус единственной возможности существования. Человек эпохи техновитализма нуждается уже не в симуляции реальности, а в выходе к настоящей реальности. Эпоха техновитализма поставит перед искусством и дизайном задачи поиска настоящей жизни, телесности, глубоких чувств и подлинности. «Постмодернизм оглаживал поверхность вещей, был утонченно тактилен, деликатно поверхностен.

Техновитализм – это искусство чувствовать живое и брать за живое, выворачивать его наизнанку какими угодно техническими средствами: не симулировать, а шевелить, расшевелить. Возникает новое любопытство к жизни – после всех Матриц, всех информационных и генетических моделей» [9]. Эта позиция современного философа в полной мере относится к дизайну. Дизайн эпохи техновитализма будет решать вопросы возвращения из гиперреальности в реальность, возвращения бытия.

Основная технология дизайна в гиперреальности, дизайна позднего постмодерна – производство симулякров. Технология дизайна эпохи техновитализма – поиск эйдоса.

Данный переход отражает суть эволюции среды человеческого обитания. Именно среда является объектом дизайна в целом. В природной среде первобытного общества практически отсутствуют знаки, еще нет символического удваивания мира. Смена эпистем ведет к постепенному переходу среды обитания на символический уровень. Эта же эволюция происходит и в языке: иконическое, иероглифическое письмо заменяется символическим. Предметная среда также постепенно удваивается. Возникают слова, затем система понятий, а уже в XXI веке вся предметная среда дублируется виртуальной. В виртуальной среде знаки доходят до своего предельного состояния – до симуляции смысла, симуляции отсутствия смысла, симуляции отсутствия симуляции. Дальнейшая эволюция среды обитания будет связана с поиском нового смысла предметов. Реальность вещей будет возвращена в мир, но это уже будут предметы,

прошедшие через фильтр культуры. Предмет, облагороженный культурой, – найденная идея, эйдос вещи.

Поиск идеи вещи – это практическая задача дизайна и его философская сущность.

### Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000. 387 с.
2. Барт Р. Мифологии: пер. с фр. / Р. Барт; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004. 320 с.
3. Делез Ж. Платон и симулякр / Ж. Делез // [http://rumagic.com/ru\\_zar/sci\\_philosophy/delez/5/j80.html](http://rumagic.com/ru_zar/sci_philosophy/delez/5/j80.html) // [14/02/15]
4. Лосев А.Ф. Диалектика мифа / А.Ф. Лосев; сост., подг., общ. ред. А.А. Тахо-Годи, В.П. Троицкого. – М.: Мысль, 2001. 558, [1] с., 1 л. Портр.
5. Панкратова А.В. Дизайн интерьера как семиотическая структура / Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. Смоленск, 2007.
6. Платон. Федон, Пир, Федр, Парменид / Общ. Ред. А.Ф. Лосева и др.; Автор вступит статьи А.Ф. Лосев; Примеч. А.А. Тахо-Годи; Пер. с древнегреч. – М.: Изд. «Мысль», 1999. 528 с.
7. Элиаде М. Аспекты мифа: пер. с фр. / М. Элиаде; пер. с фр.; Изд 2-е, испр. и доп. – М.: Академический проект, 2001. 240 с.
8. Эпштейн М.Н. Информационный взрыв и травма постмодерна / М.Н. Эпштейн // Звезда № 11, 1999.
9. Эпштейн М. Постмодернизм и взрывное сознание 21 века / М. Эпштейн // Сноб // [http://snob.ru/profile/27356/blog/80614#comment\\_752659](http://snob.ru/profile/27356/blog/80614#comment_752659) [14.02.15]

### References

1. Bodrijyar Z.H. Simvolicheskij obmen i smert': per. s fr. / Z.H. Bodrijyar. – М.: Dobrosvet, 2000. 387 p.
2. Bart R. Mifologii: per. s fr. / R. Bart; per. s fr., vstup. st. i sost. S.N. Zenkina. – М.: Izd-vo im. Sabashnikovyh, 2004. 320 p.

3. Delez Z.H. Platon i simulyakr / Z.H. Delez // [http://rumagic.com/ru\\_zar/sci\\_philosophy/delez/5/j80.html](http://rumagic.com/ru_zar/sci_philosophy/delez/5/j80.html) // [14/02/15].
4. Losev A.F. Dialektika mifa / A.F. Losev; sost., podg., obshch. red. A.A. Taho-Godi, V.P. Troickogo. – M.: Mysl', 2001. 558, [1] p., 1 l. Portr.
5. Pankratova A.V. Dizajn inter'era kak semioticheskaya struktura / Dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filosofskih nauk / Nizhegorodskij gosudarstvennyj arhitekturno-stroitel'nyj universitet. Smolensk, 2007.
6. Platon. Fedon, Pir, Fedr, Parmenid / Obshch. Red. A.F. Loseva i dr.; Avtor vstupit stat'i A.F. Losev; Primech. A.A. Taho-Godi; Per. s drevnegrech. – M.: Izd. «Mysl'», 1999. 528 p.
7. EHliade M. Aspekty mifa: per. s fr. / M. EHliade; per. s fr.; Izd 2-e, ispr. i dop. – M.: Akademicheskij proekt, 2001. 240 p.
8. EHpshtejn M.N. Informacionnyj vzryv i travma postmoderna / M.N. EHpshtejn // Zvezda № 11, 1999.
9. EHpshtejn M. Postmodernizm i vzryvnoe soznanie 21 veka / M. EHpshtejn // Snob // [http://snob.ru/profile/27356/blog/80614#comment\\_752659](http://snob.ru/profile/27356/blog/80614#comment_752659) [14.02.15].

#### **ДАнные ОБ АВТОРЕ**

**Панкратова Александра Владимировна**, кандидат философских наук, доцент по кафедре дизайна, доцент кафедры дизайна, заведующий кафедрой дизайна

*Смоленский гуманитарный университет*

*ул. Герцена, 2, г. Смоленск, 214000, Российская Федерация*

*sashaoscar@mail.ru*

*SPIN-код в SCIENCE INDEX: 5614-1666*

#### **DATA ABOUT THE AUTHOR**

**Pankratova Aleksandra Vladimirovna**, Ph.D., associate professor in the Department of Design, Associate Professor of Design, head of Design Department

*Smolensk Humanitarian University*

*2, Herzen street, Smolensk, 214000, Russian Federation*

*sashaoscar@mail.ru*