

# Реклама vs. Дизайн

Две стороны мира вещей



# ДЖОН БЕРГЕР

## ИСКУССТВО ВИДЕТЬ

ОДНА ИЗ САМЫХ ОБСУЖДАЕМЫХ И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ КНИГ  
ОБ ИСКУССТВЕ. ВПЕРВЫЕ НА РУССКОМ

Зрение первично по отношению к речи. Ребенок уже видит и понимает, хотя еще не умеет говорить.

Но зрение первично и в ином смысле. Понимание нашего места в окружающем мире формируется именно благодаря зрению.



КЛУБ К ГРЕЗАМ  
РЕНЕ МАГРИТТ  
1898-1967

нию; мы объясняем мир словами, но слова ничего не могут поделать с тем фактом, что мы этим миром окружены. Отношения между тем, что мы видим, и тем, что мы знаем, остаются зыбкими. Каждый вечер мы видим, как садится Солнце. Мы знаем, что это вертится Земля. Однако знание, объяснение все-таки не вполне вяжутся с увиденным. Художник-сюрреалист Магритт

OZON.RU

Издательство «КЛАУДБЕРРИ»

ДЕЯН СУДЖИЧ

ЯЗЫК ВЕЩЕЙ



STRELKA PRESS

OZON.RU



В книге «Объекты желания» Адриан Форти проводит историческое исследование дизайна и его значения в обществе. На примерах из самых разных областей человеческой жизнедеятельности он наглядно демонстрирует, что внешний вид и устройство окружающих нас вещей нельзя рассматривать только лишь как плод дарования и фантазии дизайнера — дизайн появляется под влиянием сложных социальных процессов, неразрывно связан с экономикой производства, а порой и с государственной политикой.

# Два значения «дизайна»

- «С одной стороны, оно относится к внешнему виду предметов»
- «Второе, более точное, определение дизайна связано с проектированием и описанием того, как должно быть изготовлено промышленное изделие»

Совмещение этих смыслов в одном термине как нельзя лучше отражает их неразделимость: **внешний вид вещи в конечном итоге определяется условиями ее создания.**

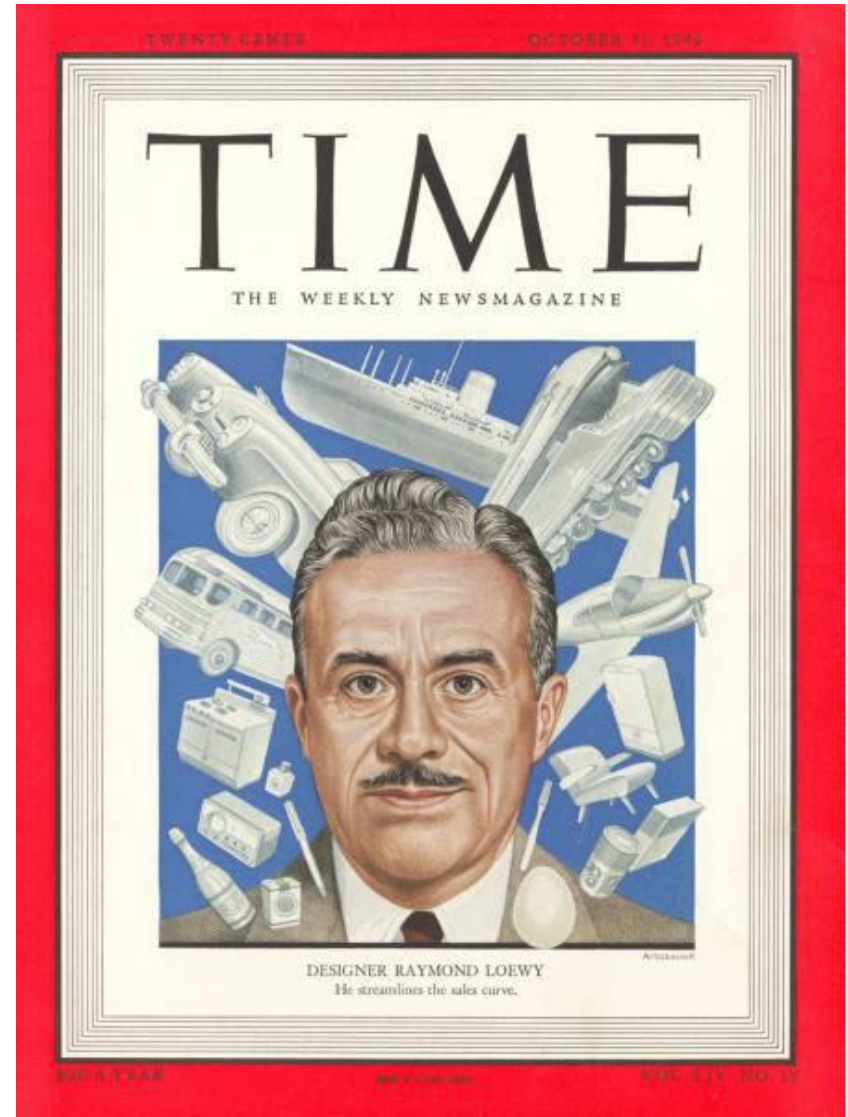
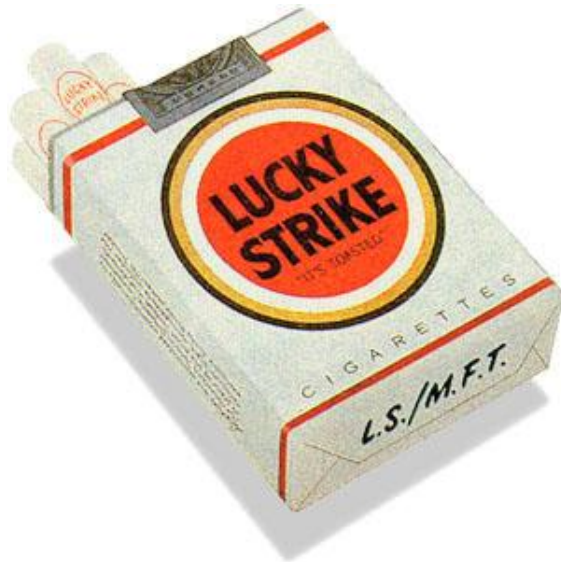


# Уильям Моррис (1834-1896)





# Раймонд Лоуи (1893-1986)





«Но Рамс хотел создавать вечные предметы, в то время как первую модель iPhone заменили новой уже через месяц»

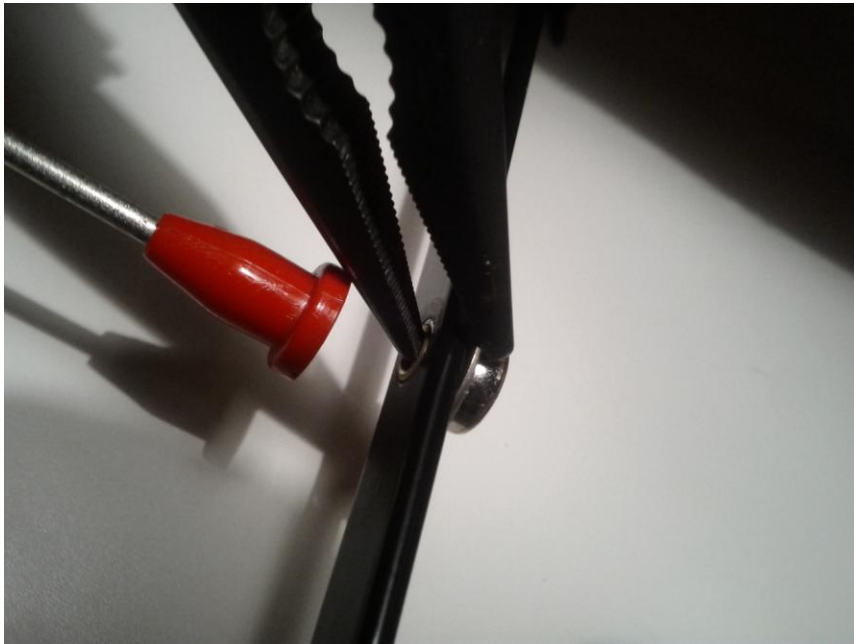
- «Дизайн во всех его проявлениях – это ДНК индустриального общества, или постиндустриального, если общество наших дней называется именно так. Это код, который надо изучать, чтобы иметь возможность понять современный мир. Это отражение наших экономических систем, демонстрирующее отпечаток технологий, с которыми мы должны работать. Это своеобразный язык, и это проявление эмоциональных и культурных ценностей».



# Дизайн и его архетипы

Ключом к созданию архетипа является не только внешний вид объекта. Его форма тоже должна говорить о том, для чего он предназначен и что пользователю следует сделать, чтобы он работал.





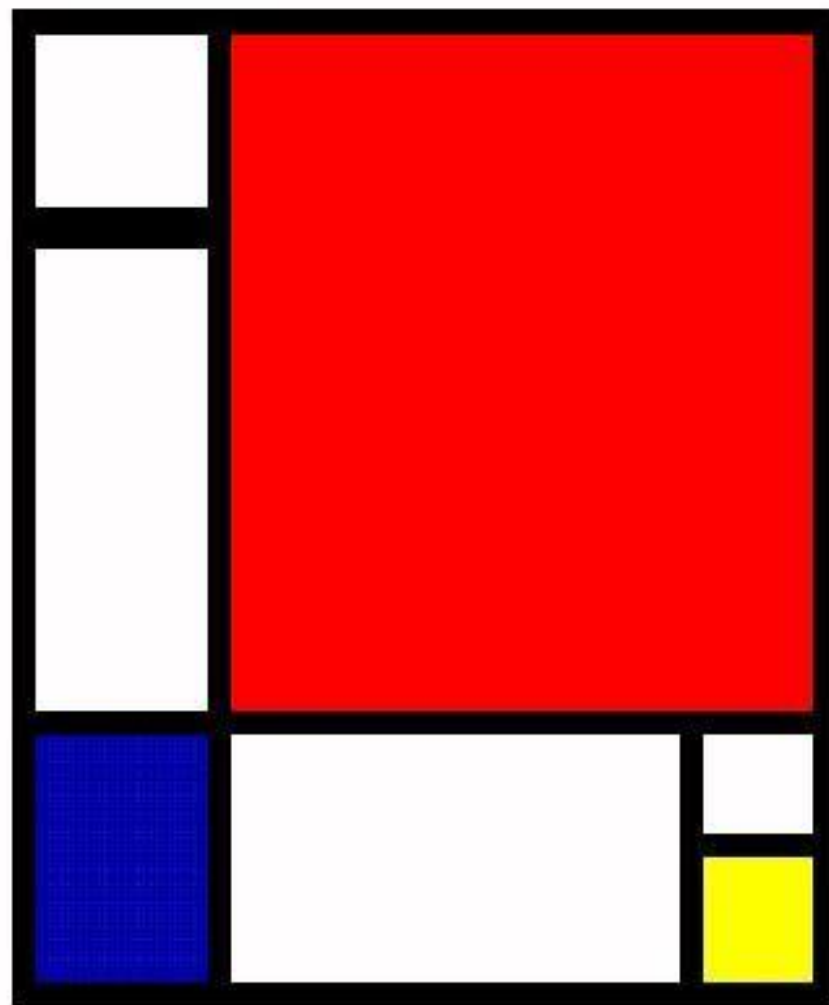




# Дизайн и искусство



# Дизайн и искусство



# Разница между искусством и дизайном (Форти)

- «Разница ... состоит в том, что объект искусства, в отличие от промышленного изделия, задумывается и претворяется в жизнь одним и тем же человеком – самим художником».
- «Соединение обеих функций в одном лице дает художнику значительную автономию».



- «В капиталистическом обществе главной целью процесса производства промышленных товаров (а дизайн – часть этого процесса) является получение прибыли».

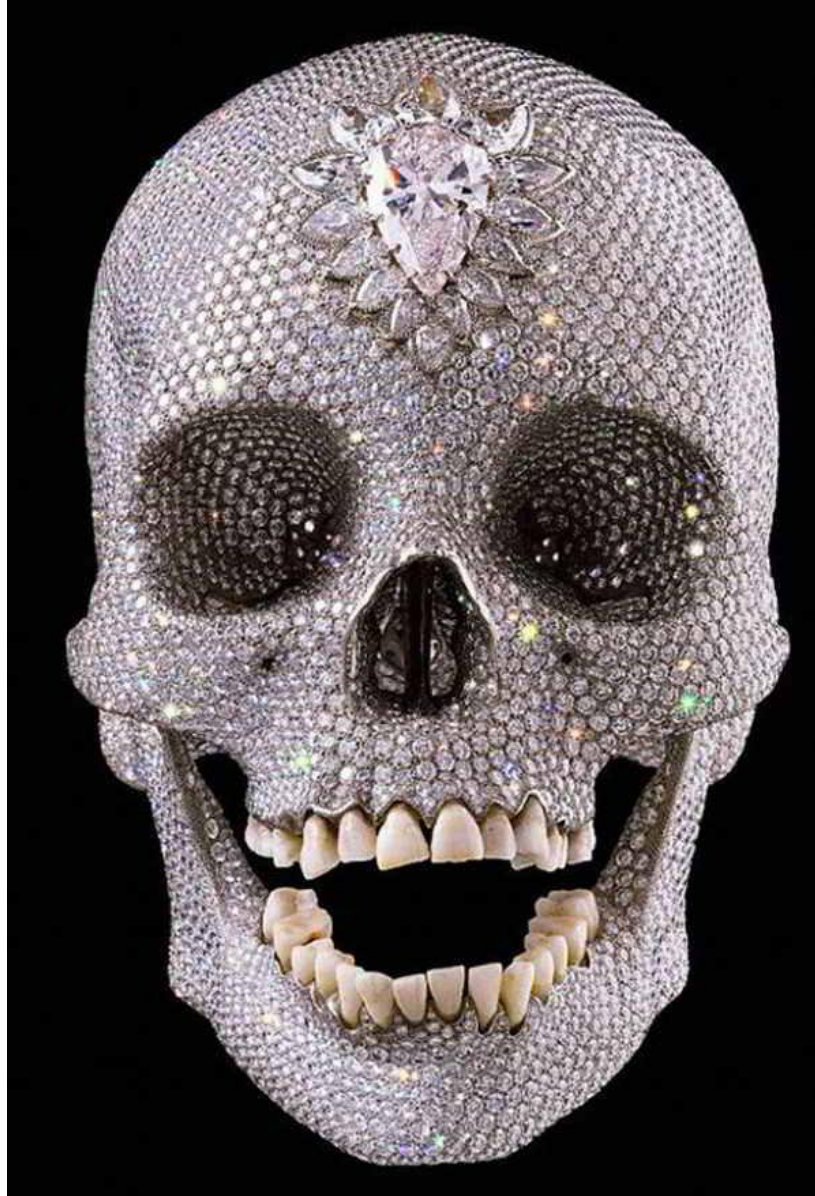
# Разница между искусством и дизайном (Суджич)

- «Искусство благодаря своему престижу служит источником визуальных идей для других сфер творческой деятельности... Но временами и искусство смыкалось с дизайном – или по крайней мере занималось чем-то весьма похожим»

# Разница между искусством и дизайном (Суджич)

- «Неизбежный вывод заключается в том, что объекты, которые можно отнести к дизайнерским работам, действительно несут на себе бремя утилитарности, а потому в культурной иерархии ценятся меньше, чем категория произведений искусства, по сути своей бесполезных».





«Однако на деле – хорошо это или плохо – именно цена во многом создает культурную иерархию или отражает ее»

# Разница между искусством и дизайном (Суджич)

- «Поскольку дизайн как таковой является порождением промышленного производства, сама идея о наличии у него критического аспекта и о создании объектов, отдаленных от системы, благодаря которой эти объекты обретают жизнь, представляется парадоксальной. В качестве аналогии: может ли рекламная компания основываться на подлинной критике рекламы? Вряд ли, хотя масса людей не прочь попытаться».