



ЛАСЛО МОХОЙ-НАДЬ

# ВИДЕНИЕ В ДВИЖЕНИИ

ЧАСТЬ ВТОРАЯ

**Ласло Мохой-Надь**  
**Видение в движении.**  
**Часть вторая**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=42647685](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42647685)*

*ISBN 9785449686428*

**Аннотация**

Во второй части книги Ласло Мохой-Надя речь идёт об общественной роли дизайнера, о его научной и социальной ответственности. «Дизайн – не профессия, а точка зрения», утверждает автор, а значит, дизайнером может быть каждый, кто в своём образовании найдёт точку зрения, точку своего эмоционального, интуитивного и художественного видения. И не забудет об ответственности.

# Содержание

|  |    |
|--|----|
| От переводчика                             | 5  |
| II. Новый метод подхода – дизайн для жизни | 6  |
| Аксиомы                                    | 11 |
| Конец ознакомительного фрагмента.          | 13 |

# **Видение в движении**

## **Часть вторая**

**Ласло Мохой-Надь**

*Переводчик* Александр Умняшов

© Ласло Мохой-Надь, 2019

© Александр Умняшов, перевод, 2019

ISBN 978-5-4496-8642-8 (т. 2)

ISBN 978-5-4496-5137-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## От переводчика

Эта публикация предназначена стать спутником в обращении к оригинальному изданию книги Ласло Мохой-Надя «Видение в движении» (László Moholy-Nagy, «Vision in Motion», 1947), доступному для просмотра и скачивания в интернете, в частности, на сайте [Monoskop.org](http://Monoskop.org). В книге насчитывается более 400 иллюстраций объектов техники и произведений искусства, с информацией об авторе, названием и комментарием художника. Эти данные, *кроме самих иллюстраций*, представлены здесь в переводе – в подстрочных сносках. Туда же помещены цитаты и заметки, которые Мохой-Надь в своей книге разместил на полях, а также примечания – как автора, так и переводчика. Более подробную информацию см. в предисловии к первой части данной публикации.

## II. Новый метод подхода – дизайн для жизни

*Промышленный дизайн является новой профессией. До сей поры это было скорее приключение, чем точное понимание потребности промышленного производства, его технологии, продаж и методов дистрибуции. Если профессии стоит развиваться, тогда есть необходимость проанализировать требования к ней. В прошлом успешные промышленные дизайнеры этой страны<sup>1</sup> приходили из сценографии, живописи и архитектуры – люди с воображением и фантазией в области новой эстетики, основанной на возможностях массового производства, не стеснённого традициями ремесла. Чем древнее ремесло, тем более сдерживающим оказывается его влияние на воображение дизайнера. Легче создать новый продукт, опираясь на новые науки и технологии, чем, например, пересмотреть производство и формы в гончарном деле, одном из старейших ремёсел.*

*Есть старое выражение: «форма следует за функцией». Это означает, что форма объекта определяется той работой, которую он должен выполнять. После миллиона лет проб и ошибок природа произвела хорошо функционирующие формы, но человеческая история слишком коротка, чтобы*

---

<sup>1</sup> Здесь и далее имеются в виду Соединённые Штаты Америки – Прим. пер.

конкурировать с богатством природы в создании функциональных форм. Тем не менее, изобретательность человека приносила плоды отличных результатов в каждый период истории, когда он понимал научные, технологические, эстетические и другие требования. Это значит, что заявление «форма следует за функцией» должно быть дополнено; то есть, форма также следует – или, по крайней мере, должна следовать – за существующими научно-техническими и художественными достижениями, включая социологию и экономику.

Экономические факторы глубоко влияют и направляют дизайн. Например, дизайн в этой стране принципиально отличается от европейского. Такая страна как США, богатая ресурсами, сырьевыми материалами и человеческой изобретательностью, может позволить себе быть расточительной. Поэтому экономика в Соединённых Штатах включает в свой состав частую смену моделей и быстрый оборот, объявляя прежние модели устаревшими задолго до наступления их технической непригодности. В отличие от этого европейский дизайн, основанный на древней цивилизации, а теперь перешедший на экспортную экономику, пытается производить товары длительного пользования и сохранять сырьё. Другими словами, европейская экспортная экономика требует, что пожелания потребителей – платить меньше и покупать реже – следует принимать во внимание, потому что деньги, заплаченные за импорт, это потери в экономии

ке страны-импортёра.

В настоящее время новые экспортные тенденции проявляются и в этой стране тоже. Не так давно мы главным образом экспортировали деньги, теперь же промышленность вынуждена искать внешние товарные рынки, чтобы использовать свой производственный потенциал и избежать безработицы. Конкуренция на мировом рынке рано или поздно потребует пересмотра американской идеи форсированного устаревания, т.е. частой замены товара с новым «дизайном», прежде чем предыдущая модель технически устареет. Какие культурные, социальные и экономические изменения вызовет такая ревизия, пока ещё трудно предсказать. Тем не менее, один комментарий уже может быть сделан: теория и практика искусственного устаревания приводит – в конечном счёте – к культурному и нравственному распаду, потому что это разрушает восприятие качества и уверенность оценки. Культурная преемственность является результатом первичного внимания к качеству, а не к новизне. Вместо стремлений к «стандартам», ведущим к экологически чистой цивилизации, что должно быть целью, ответственностью и обязанностью дизайнера, быстрая последовательность «новинок» – рай торговца и рекламных агентств – заставляет дизайнера только удовлетворять желания сенсационных обновлений в экстерьере. Таким образом, «дизайн» сегодня – это обычно надбавка к быстрому сбыту, как правило, ничего кроме наруж-

ного покрова на продукте. Его основной характеристикой является «отличие», хотя функция остаётся той же самой. Промышленный дизайнер привносит «стиль» или «моду» в уже разработанный продукт, и чем чаще он меняет «дизайн», тем больше его вклад в успех торговца.

•

Под сильным давлением со стороны торговца, промышленный дизайнер стал жертвой поверхностной «стилизации». В последние десять лет это означало «модернизацию», так же как поколение назад это означало орнаментацию.

Скорость и движение нашей эпохи оправдывают «модернизацию». Но модернизация изначально была необходима для движущихся объектов и вряд ли найдётся причина модернизировать пепельницу. Поэтому – когда каждый продукт раздут как воздушный шар – мы должны бороться против этого, как прежде мы боролись против механистического использования симметрии, с применением которой раньше что угодно могло быть создано «гармоничным и сбалансированным». Тем не менее, некоторые элементы модернизации чрезвычайно экономичны в производстве, особенно при использовании методов массовых штамповки, прессования, формовки и литья. Это облегчает производство, сборку и отделку.

Поэтому дизайнер может лучше работать, если он знаком с искусством, наукой, социальными и экономическими требованиями его времени, а также с промышленными про-

*цессами и основными механическими принципами, связанными с определённой задачей. Но не задача дизайнера конкурировать с инженером, как не должен инженер предаваться мысли, что он может сделать идеальный дизайн. Необходимо их тесное сотрудничество, особенно вначале, взаимная готовность к обмену идеями и открытость к предложениям совершенствования производства, функциональности и «внешних данных» продукта, то есть его психофизического совершенства.*

# Аксиомы

Освоение техники и навыков увеличивает выразительную силу личности и с накоплением опыта его интеллектуальный статус повышается. Это облагораживание в свою очередь влияет на его эмоциональное существование.

Это взаимосвязанный и взаимодействующий процесс.

Всякий, кто получил опыт работы с одним средством, имеющим свои специфические свойства, будет способен успешно работать и с другими средствами. Подразумевается, что работа с новым материалом требует – методологически – того же понимания его качеств и истинного назначения, как это было в предыдущем случае. Залогом успеха является понимание того, что определённые формы, подходящие и приемлемые на одном материале, не могут быть удовлетворительным образом скопированы на другом, несмотря на идентичность функции.

Промышленные дизайнеры и производители товаров часто делают ошибку, игнорируя эту аксиому. Например, несмотря на то, что стальная пресс-форма для массово производимых пластиковых формовок отличается по характеристикам от токарного станка, производящего «типичную» старую деревянную ручку для инструмента, новые ручки для инструментов из литой пластмассы по-прежнему выглядят как старые деревянные. Их дизайнер не понял изменивших-

ся условий для массового производства. Он бессознательно сдерживает прогресс, навязывая устаревшие формы новому материалу.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Илл. 1. Институт дизайна. Одри Эйгер, Роджер Корсо, Эйлин Гейтчейр, Джесси Реичек, Уоррен Турек, 1940. – Опыты ручной подгонки рукояток инструмента для пластического формования. – По странной инерции, рукоятки инструментов, изготавливаемые промышленным способом из пластмассы, до сих пор имитируют старые деревянные ручки, обработанные на токарном станке.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.