

УДК 009

ГРНТИ 13.07

ВАК 09.00.13; 13.00.02

**Т. Ю. Быстрова**

*Екатеринбург, Россия*

## ОТ ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО ЗНАНИЯ К ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ФИЛОСОФИИ КУЛЬТУРЫ

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** философия культуры, проектная деятельность, фундаментальные знания, образование, дизайн, творческий потенциал

**АННОТАЦИЯ:** В докладе автор дифференцирует понятия «философия культуры» и «культурология». Автор, опираясь на свой многолетний педагогический опыт, выявляет творческий потенциал философии культуры, раскрывает значение теоретических знаний для практики проектирования.

**T. Yu. Bystrova**

*Yekaterinburg, Russia*

## FROM FUNDAMENTAL KNOWLEDGE TO DESIGN

### ACTIVITIES: CREATIVITY OF THE PHILOSOPHY OF CULTURE

**KEYWORDS:** philosophy, culture, design activity, fundamental knowledge, education, design, creativity.

**ABSTRACT:** In the paper, the author differentiates the concept of "philosophy of culture" and "cultural studies". The author, drawing on his many years of teaching experience, reveals the creative potential of philosophy of culture, reveals the importance of theoretical knowledge for the practice of design.

Дискуссия о статусе философии культуры продолжается среди российских культурологов и философов культуры: одни последовательно приписывают ей статус фундаментального научного знания, некоей метатеории культуры; другие подчеркивают ее инструментальный потенциал, способность трансформировать видение уже известных предметных полей. Этой дискуссионности способствует не столько внутренняя противоречивость и сложность предмета изучения философии культуры, сколько обстоятельства ее генезиса. Известно, что в российском научном пространстве, в том числе на уровне институций, долгое время сосуществуют и как бы конкурируют между собой две формулировки – «философия культуры» и «культуроло-

гия». При этом первой приписывается статус метатеории, тогда как второй – теории т.н. «среднего уровня», являющейся «более прикладной».

Особую остроту вопрос приобретает при оценке квалификации специалистов, например, во время защит кандидатских и докторских диссертаций (при необходимости я могу сослаться на личный опыт руководства кандидатской диссертацией по культурологии). Сторонники «фундаментальной» версии иронично либо с неприятием отзываются о тех, кто утратил «чистоту» знания, тяготеет к эмпирическому опыту и т.п. Они указывают на то, что уровень знания «наук о культуре» не специфичен, что изучать культуру может любой человек, не имеющий специальной (в контексте их рассужде-

ний назовем ее «культурологической») подготовки. На деле они не учитывают возможности включения философских положений в практически-ориентированный дискурс – в качестве и методологической, и ценностно-мировоззренческой основы. Можно сказать, что в этом подходе на один «шаг» больше: он не отвергает философский уровень исследования культуры, но делает его сердцевинной творческих усилий по целенаправленному созданию новых продуктов культуры. Для меня этот подход восходит к известной формулировке М. С. Кагана о человеке как творении и творце культуры [9].

В свою очередь, со вторым – практико-ориентированным – подходом связана основная идея автора о возможности использования различных культурологических методов (структурализм, герменевтика и др.) и теорий (теория диалога М. М. Бахтина, игровая теория Й. Хейзинги и др.) в современной проектной деятельности.

Анализ конкретных процессов проектирования в дизайне, архитектуре, связям с общественностью, деятельности по формированию имиджа территорий и т.п. показывает недостаточность общей эрудиции или интуиции специалистов для формирования концепций, обеспечивающих новизну и креативность конечного продукта. Например, музейный дизайнер, участвующий в создании интерактивной экспозиции, не просчитывает возможные варианты формообразования, если не знаком достаточно глубоко с коммуникативными теориями. Архитектор, осмысляющий идеи «открытого города», не добьется успеха, если оперирует стандартной для российской архитектуры позитивистской моделью человека, учитывающей исключительно количественные характеристики жизнедеятельности.

Вместе с тем, решаемые ими задачи настолько масштабны и сложны, что для проектирования недостаточно так на-

зываемых теорий среднего уровня, поскольку в них доминируют эмпирические данные, «привязанные» к конкретным условиям (другая культура, социокультурное пространство, аудитория проекта). Философия культуры содержит актуальные установки и модели, которые можно включить в проектную деятельность, прежде всего, социокультурного и человеко-ориентированного характера.

Нарушение этических и эстетических норм в угоду краткосрочной привлекательности (и коммерческому успеху) проекта приводит к весьма печальным последствиям. Подобные продукты, выполненные без оглядки на методологию и мировоззрение, могут быть даже вредны для потребителей.

Приведем несколько конкретных примеров проектов, имеющих в своей основе философско-культурологические теории. В качестве доказательства приведем работу над дизайном выставки «Искусство путешествий» (14.05.–22.07.2014) в Свердловском областном краеведческом музее. Куратор – кандидат культурологии С. Ю. Каменский, консультант дизайн-проекта – Т. Ю. Быстрова. Грант фонда М. Потанина в области музейных проектов, 2013.

С самого начала разработки концепции дизайна организаторы выставки четко проговаривали три момента: ее партисипационный характер, связь с идеями «музея 3.0.» и культуры участия; важность слова «путешествие» (а не «путешественник/ и») в названии выставки; особенность уральской аудитории, в том числе музейной. Скованность, сдержанность, отсутствие привычки к активному взаимодействию с экспозицией у посетителя практически любого возраста.

При этом бюджет проекта был крайне невелик – около 500 тыс рублей на экспозицию из пяти или шести залов и пробный зал, работавший в течение месяца перед официальным открытием выставки и служивший своеобразным поли-

гоном обкатки и корректировки идей. Поэтому к формированию экспозиции было решено привлечь студентов-дизайнеров разных вузов и курсов Екатеринбургa, либо не изучавших дисциплину «Культурология», либо знающих ее в объеме 7–14 учебных недель.

Исходные тезисы и отсутствие опыта оформления подобных интерактивных экспозиций дали организаторам повод обратиться к философско-культурологическим теориям.

Поскольку в новой музейной парадигме [2; 11; 13] основополагающую роль играют коммуникации, то во-первых, это, конечно же, теория диалога М. М. Бахтина [1]. В своих работах разных лет М. М. Бахтин определил предпосылки и характеристики диалогического общения. Они были систематизированы и обобщены нами ранее. На этапе разработки дизайн-концепции выставки они были разъяснены дизайнерам (в том числе студентам екатеринбургских вузов, которых в общей сложности в подготовке выставки было занято около 800 человек). В ходе практических занятий со студентами каждая из характеристик диалога, выведенных М. М. Бахтиным, – открытость сторон, их равенство в отношении друг друга, субъектно-субъектный характер их взаимодействия и т.п. – была раскрыта через конкретные формальные решения, определившие в дальнейшем характер экспозиции.

Наши решения подкреплялись, прежде всего, длительным (более полугодя) процессом сбора материалов, экспонатов, голосов, историй путешественников Екатеринбургa. Семь камней с семи самых высоких гор мира, поход на лодке из социалистического Свердловска до Испании, отпускные поездки современного офисного работника на велосипеде во Вьетнам или Индию – все эти элементы экспозиции обсуждались и собирались в ходе предварительных встреч, дискуссий и т.п., превращая выставку из

факта в *процесс*. В нем не существовало иерархии в духе «кто дальше» или «кто больше», важно было нахождение в состоянии пути, мотивы и духовные результаты путешествия. Будучи помещенными в единый смысловой континуум, в единый горизонт, эти истории и их герои очно и заочно вступали в диалогические отношения.

Примером «заочного» общения является арт-объект на входе, выполненный магистранткой Уральского федерального университета У. Фадеевой. Участникам предлагалось ответить на один из четырех вопросов (куда, когда, с кем, на чем) и написать ответ на стилизованном изображении воздушного шара (этот объект одновременно являлся главным элементом фирменного стиля выставки). Вставляя ответы в подготовленные дизайнером пазы, посетители формировали некий многозначный гипертекст, который можно читать во всех направлениях. По мере работы выставки объект стал коллективным призывом, воплощенным желанием путешествия, к созданию которого чувствуют себя причастными все посетители выставки.

Названный подход реализован на всех уровнях взаимодействия с материалом и героями выставки. Легкость нахождения карандаша или ручки, считывания навигации, характер призыва к действию (где-то на «вы», в других случаях на «ты»), субординация информации – все это стало реализацией принципа диалогичности в нашем музейном дизайне.

Во-вторых, благодаря слову «путешествие» в заголовке выставки, мы обратились к феноменологическому подходу, настойчиво повторяя себе и дизайнерам идею передачи *состояния* путешествия. Это увело от: а) иллюстративности – дизайн направлен на создание состояния, переставая быть «рамкой» для иллюстраций и экспонатов; б) необходимости следовать привычной для музеев хронологии – ибо состояние путешествия имеет кон-

станты, переживаемые людьми разных эпох и культур. Залы «большой» экспозиции назывались «Выбор пути», «Сборы в дорогу», «Возвращение» и т.п. В них «уравнивались в правах» знаменитый уральский путешественник конца XIX века, шестидесятница Т. Ю. Серых, инвалиды-колясочники, взбирающиеся на горные вершины, и современные студенты-школьники-пенсионеры, пришедшие в музей (иллюстрации). Конечно, путешествие немислимо без людей. Но, рассказывая о них, мы тоже стремились рассказывать об их стремлениях, мечтах, преодолениях и т.п., оставаясь в контексте феноменологии.

Работа с «состояниями» была конкретизирована через обращение к психологии восприятия пространства, ритма, цвета, фактуры. Мы использовали знания о наиболее глубинных механизмах восприятия. Она помогла найти и обосновать проектные ходы, вызывающие необходимые эмоции и вместе с тем обладающие необходимой экономичностью. Например, было решено уйти от образных решений (типа воспроизведения купе поезда), рано или поздно превращающих экспозициюо путешествиях в историю поездов, карет и т.п. Их заменили фактуры картона, оберточной бумаги и даже яичные коробки, создавшие, так сказать, эстетику пути. Большая роль отводилась визуальным ритмам как наиболее универсальному инструменту воздействия на состояние человека (иллюстрации).

3 Философия культуры учит созданию *целостных моделей мира* той или иной культуры. Этот опыт помог при создании зала «Другой мир», раскрывающего горизонты путешествия. Самым простым и понятным было создание пространства, аналогичного «стандартному» географическому пространству (запад – слева, Япония рядом с Китаем и т.п.). Но такая модель ни о чем не говорит путешественнику, человеку, уезжающему из дома, ищущему себя или что-то еще. По-

сле многократных неудачных эскизов и макетов было принято решение отказаться от сходства с географической картой в пользу четырехчастной структуры, напоминающей мандалу, в центре которой расположен крестообразный стол, посвященный Уралу и безграничным возможностям путешествия по нему.

Эта *архетипизация*, возможно, не оригинальна [см.: 3]. Такого рода прием создания модели мира, напоминающей мифологическую, часто встречается в рекламных роликах, в том числе для создания впечатления другой, иной реальности («обычный порошок» существует в узнаваемом мире, а рекламируемый – в мире ясности, чистоты и простоты). Будучи использованной для некоммерческих целей, она не утратила своей действительности, наполняясь более гуманистическим содержанием. Урал, Екатеринбург превратились на недолгое время в центр мира, создаваемого траекториями путешествий. Страны и континенты каждый посетитель проходил в порядке, интересном ему, свободно варьируя передвижение по залу.

Под столом – и это еще одно важное следствие культурологического подхода – была устроена зона для детей, нечто вроде пещеры, мира их собственного, детского путешествия, где можно порисовать на стенах, найти драгоценный камень в ящике с землей и провести время вдаль от взрослых.

Итак, философия культуры помогла концепции и дизайнерской реализации необычной выставки. В свою очередь, участие в этой работе позволило мне обогатить свои представления о теории диалога и остальных компонентах, о которых говорилось выше. Показательно, что деятельность по организации выставки-процесса, построенная с привлечением культурологических идей, не вошла в противоречие с достаточно консервативным менталитетом музейных работников. Показательно и то, что дизайнерские не-

удачи, «выстрелы вхолостую» были связаны с отходом от философских положений, попытками свободного околохудожественного формообразования.

Кроме выставки «Искусство путешествий» можно упомянуть и работу над залом «Мифологическое время» в Ханты-Мансийском музее Природы и Человека (2003), где перед проектной командой (в составе которой был автор текста) ставилась сложная задача воссоздания хантыйского хронотопа при одновременном запрете любых моментов музеефикации живой культуры хантов и манси [12]. На основе идей философии культуры нами реализованы проекты «Русская вещь» (УралГАХА, 2007), «Для

Шадринска. С любовью» (УрГУ, 2011), др. Они доказывают возможность прикладного подхода к культурологическому знанию.

Какова роль философа в этих процессах? Его основными задачами становятся выбор теории, соответствующей параметрам проекта; нахождение средств и путей реализации этой теории в конкретных формальных решениях; экспертиза предложений практиков – музейных работников, специалистов по рекламе, дизайнеров [см.:10]; обобщение нового опыта, его анализ, корректировка теоретических положений либо разработка новой теории.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
2. Беззубова О. В. Пространство музея и проблема аксиологической переориентации // Музей. Общество. Религия: Аспекты взаимодействия. К 70-летию Государственного музея истории религии. Материалы IX Санкт-Петербургских религиозно-научных чтений. – СПб., 2002. С. 12–14.
3. Быстрова Т. Ю. От модернизма к неорационализму: творческие концепции архитекторов XX–XXI вв. – Екатеринбург: Вебстер, 2013. 288 с. Гл. 4.
4. Быстрова Т. Ю. Вещь, форма, стиль: введение в философию дизайна. – Екатеринбург, 2002. – 223 с.
5. Быстрова Т. Ю. Философские проблемы творчества в искусстве и дизайне. Изд. 2-е. – Екатеринбург: УГТУ–УПИ, 2009. – 159 с.
6. Бычков В. В. Эстетика. Краткий курс. – М.: Издательство «Проект», 2003. – 384 с.
7. Еремеев А. Ф. Границы искусства: Социальная сущность художественного творчества. – М.: Искусство, 1987. – 319 с.
8. Еремеев А. Ф. Первобытная культура: Происхождение, особенности, структура. В 2-х ч. – Саранск: изд-во Мордовского ун-та, 1996. Ч. 1. – 160 с.; Ч.2. – 220 с.
9. Каган М. С. Философия культуры. Учебное пособие. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1996. – 416 с.
10. Культурологическая экспертиза: теоретические модели и практический опыт. – СПб.: Астерион, 2011. – 126 с.
11. Ломако О. М. Идея музея в генезисе культурного пространства // Формирование дисциплинарного пространства культурологии. Материалы научно-методической конференции. 16 января 2001 года, Санкт-Петербург. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество. Серия “Symposium”. Выпуск 11. СПб. 2001. С.72–74.
12. Мифологическое время : альбом-каталог на рус.и англ. яз. / Гос. музей Природы и Человека ; [отв. ред. М. Южанинова, сост.: Е. Перевалова, С. Лёзова, фот.: А. Макковнев, Б. Головченко, пер. на англ. Т. Говорухина, худож.Е. Клодт]. – М.: Эпифания, 2003. – 215 с. :цв.ил.

## КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОБРАЗОВАНИИ

---

13. Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / Отв. ред. А. Щербакова. Сост. Н. Копелянская. – М.: Фонд Михаила Прохорова; Творческая группа «Музейные решения», 2012. 176 с.
14. Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века. Сб. научных трудов. М.: Российский институт культурологии, 1997. – 216 с.
15. Уральская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров в Свердловском архитектурном институте. Методические материалы. М.: ВНИИТЭ, 1989. – 116 с.