

Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

*Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия  
Профессор, доктор искусствоведения, член Союза художников РФ**Leningrad State University named after A.S.Pushkin, Russia  
Doctor of Arts, Professor, Member of the Union Artists of Russia  
ira\_oza@msn.com***ГОРОД И ДИЗАЙН: ОТ ЭСТЕТСТВА МЕЛКОПОМЕСТНОГО ДВОРЯНСТВА К ЭСТЕТИЗАЦИИ ВНЕ-ОБРАЗНОГО КАК СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ ДИЗАЙНА**

В статье автор предлагает ввести понятие «протокультуры», обусловленное спецификой машинного производства, при котором то, что производили машины, не могло сразу стать частью культурного пространства. В отличие от продуктов ручного производства, когда каждый производимый предмет нес на себе «отпечаток» этнических традиций, особенностей пространственно-природной среды, элементов религиозного мирозерцания, и между производителем и потребителем не было дополнительных логистических схем – воспроизводимая машинами вещная среда была лишена межпредметных связей и смыслов, представляя собой протокультурную взвесь, которой надо было придать смысл, эстетизировать и доставить непосредственному производителю.

Именно поэтому перед новым предметным миром встали задачи стандартизации и эстетизации, что вызвало к жизни новую социальную фигуру – дизайнера и новый вид проектной и эстетической деятельности, получивший название дизайна, задача которого, с одной стороны, создание концепт-образов для стандартов, а с другой гармонизация и эстетизация протокультурной предметной массы. За свою двухсотлетнюю историю дизайн не только усовершенствовал, но и расширил свое социокультурное воздействие.

Дальнейшее содержание статьи посвящено рассмотрению этого «расширения» функций дизайна, в частности, применительно к эстетизации городского ландшафта. Автор прослеживает истоки зарождения явления джентрификации среди

английской мелкопоместной дворянской среды, связанного с меняющимися ментальными состояниями этой прослойки, отразившимися, в том числе, в новом понимании садово-паркового пространства.

Далее прослеживается появление термина «джентрификация» и проводится разработка смысловой составляющей этого понятия как проектной деятельности в области социума в рамках первых дизайнерских объединений (Искусства и Ремесла, Веркбунд, Баухаус), а также демонстрируется философская рефлексия на проблемы социальной эстетизации в 30-50-е годы XX века.

В статье также рассматриваются этапы джентрификации городского пространства, имеющие место в современной практике и приводится первый в истории пример проекта социального дизайна в лондонском районе Ислингтон.

**Ключевые слова:** дизайн, город, джентри, джентрификация, эстетизация, уровень протокультуры, предметный мир культуры, ландшафтный дизайн, проектная деятельность, Уильям Моррис, Вальтер Гропиус, Вальтер Беньямин, район Ислингтон, социальная стратегия дизайна.

**CITY AND DESIGN**

In the article, the author introduces the concept of protoculture describing machine production. The problem of standardization and the aestheticization that brought to life new social figure of the designer and



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |

new design and aesthetic activity the new world is also stressed. The «extension» of the functions of design, particularly in relation to the aestheticization of the urban landscape is shown. The author traces the origins of the phenomenon of gentrification among the English landed aristocratic environment associated with the changing mental states of this layer, reflected, in particular, a new understanding of landscape space.

The emergence of the term «gentrification» and development of its semantic component in the first design associations (Arts and Crafts, Werkbund, Bauhaus) is analyzed, as well as a philosophical reflection

on problems of social aesthetics in 30-50-ies of XX century.

In the article the stages of gentrification of the urban space taking place in modern practice are also discussed.

**Key words:** design, city, gentry, gentrification, aestheticization, the level of protoculture, the objective world of culture, landscape design, project activities, William Morris, Walter Gropius, Walter Benjamin, Islington, social strategy design.

Уже в самом начале формирования своего предметного мира в виде товаров, произведенных машинами, массовая культура встала перед двумя фундаментальными проблемами – *стандартизацией и эстетизацией*. Проведенная в викторианской Англии в Лондоне в 1851 году так называемая «Большая выставка» машинных товаров массового потребления, как и последовавшие за ней многочисленные подобные выставки в других странах, со всей остротой поставили вопросы о качестве товаров, их функциональной надежности и эстетике.

В силу специфики машинного производства то, что производили машины, не могло стать сразу частью культурного пространства. В отличие от продуктов ручного производства, когда каждый производимый предмет нес на себе «отпечаток» этнических традиций, особенностей пространственно-природной среды, элементов религиозного мирозерцания, и между производителем и потребителем не было дополнительных логистических схем, воспроизводимая машинами вещная среда была лишена этих межпредметных связей и смыслов, представляя собой *протокультурную взвесь*, которой еще надо было придать смысл, эстетизировать и доставить непосредственному производителю.

Возник уровень протокультуры – совокупность «моделей для сборки» (по выражению Хулио Кортасара), на основании которого формируется предметная среда массовой культуры. Для того, чтобы «собираемое из моделей» культурное пространство было единым и целостным, машинное производство нуждалось в первоначальных образцах, в некой матрице, с которой можно было бы тиражировать ее копии. Существование таких концептов, *концепт-образов* обусловило явление стандарта, в том числе, и в сфере эстетического производства. Присутствие в массовой культуре начальных концептуальных образцов, стандарта и тиража, характеризует машинное производство как производство симулякров или симулякративное производство. По своей природе совокупность симулякров не способна к самостоятельной гармонизации, а, следовательно, к самостоятельной включенности в систему культурного пространства. Поэтому с необходимостью возникает *новый вид проектной и эстетической деятельности, получивший название дизайна, задача которого, с одной стороны, создание концепт-образов для стандартов, а с другой – гармонизация и эстетизация протокультурной предметной массы*.

За свою двухсотлетнюю историю дизайн не только совершенствовал, но и расширял свое со-



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

циокультурное воздействие. Возрастание роли дизайна как инструмента эстетизации в социальных реалиях XXI века закономерно именно в силу присутствия массовой культуры\*. Искусство, которое до появления дизайна выполняло функцию эстетизации предметной среды, по своей сущности элитарно и требует для себя особого дара – таланта, который присущ далеко не каждому. Дизайн же, как вид творческой деятельности, хотя и предполагает одаренность и образование, особенно для профессиональных занятий, более демократичен и может существовать на любом уровне творческой фантазии и техники исполнения (например, как в движении «hand-made» в рамках MTV-бренда). Нельзя не видеть, что в массовой культуре, в этом культурном «main stream» современной цивилизации дизайн стал основной формой эстетического общения и на уровне субъекта (мода и индустрия аксессуаров), и на уровне машины (промышленный дизайн и софт-культура, где все ее разнообразие структурировано посредством web-дизайна) и на уровне среды – интерьера, садово-паркового ландшафта и, конечно же, городской среды.

Наши дальнейшие рассуждения будут представлять собой попытку проследить историю развития «отношений» дизайна и города как специфического культурного ландшафта.

Превращение дизайна в эстетизатора городской среды начиналось ... в деревне! Весьма глубокое замечание в этой связи делает британский режиссёр (я бы сказала, философствующий мастер киноэкрана) Питер Гринуэй в своём интервью французскому кинокритику Мишелю Бужю. «... Я был на западе Англии, в Уилтшире, где жил Уильям Бекфорд, автор первого английского готического романа “Ватек”. Я жил у друга в скромном викторианском жилище, служившем обителью для французских монахинь, и упражнялся в зарисовке теней, скользивших по дому. Но мне все время мешали дети и стадо соседских баранов... Так, родился замысел фильма “Контракт рисовальщика” (The Draughtsman’s Contract). ... времена Георга III, короля, помешанного на садоводстве, кото-

рый больше интересовался архитектурой, чем монархией. ... 1694 год... Это год основания Банка Англии; примерно в эту эпоху англичане начали интересоваться живописью и рисунком, а до тех пор английскими художниками были иностранцы – Гольбейн, Ван Дейк, Рубенс и т.д. Разговоры становятся возвышенными, изысканными, литературными, поведение – очень жеманным»<sup>1</sup>. Сюжет фильма Питера Гринуэя «Контракт рисовальщика», строится на том, что представительница нетитулованного дворянства – джентри – некая миссис Херберт, приглашает модного графика, чтобы он сделал рисунки ее недвижимости и парка. «Контракт рисовальщика» можно рассматривать в качестве примера художественной визуализации процесса, начавшегося в Англии на рубеже XVII-XVIII веков – процесса эстетизации, принимавшей различные формы – от архитектурной игры в стили ушедших эпох, до перфектизации личного образа (явление «дендизма»).

Где причины такого эстетствующего поведения и почему эта социальная группа явилась носителем тяги к эстетизации образа жизни?

У истоков исторической смены вкусов стояли двое оригиналов (индивидуализм, впрочем, характерен для британской культурной традиции, начиная со времен Шекспира). Один из них – это Хорас Уолполл – сын главы правительства и лорда-казначея, сам член парламента, коллекционер произведений искусства, писатель (автор «готического» романа «Замок Отранто»), начавший в 50-е годы XVIII века строительство своей резиденции Строберри Хилл в «готическом стиле» в лондонском предместье Туикнем. Другим был Уильям Томас Бекфорд, сын лорда-мэра Лондона, богатейший среди джентри, член парламента, также отметившийся «готическим» романом «Ватек», в таком же стиле в 1796-1812 годах перестроил Фонтхиллское аббатство в Уилтшире по проекту архитектора Джеймса Уайета.

<sup>1</sup> L'Avant-Scene Cinema. No 333. Octobre. 1984. (Интервью с Мишелем Бужю)



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |

Весь XVIII век в Англии был временем возрастающей роли мелкопоместного нетитулованного дворянства – джентри (*Gentry*), занимавших промежуточное положение между высшей знатью – пэрами и свободными землепашцами йоменами. В отличие от йоменов джентри не занимались земледелием. Этот социальный слой сыграл решающую роль в английской революции XVII века, в частности, выходцами из среды джентри были Оливер Кромвель и Джон Лильберн. После революции 1640-1642 годов именно джентри составили так называемое новое дворянство. Своеобразие экономического развития этой прослойки заключалось в том, что в условиях бурного капиталистического развития Англии XVII-XVIII веков, джентри не только сумели к нему приспособиться, но и стали главным проводником капиталистических тенденций в английской деревне. Именно в поместьях джентри появлялись первые мануфактуры, паровые машины и фабрики. Одновременно, именно усилиями джентри в Англии были сохранены многие старые замки и поместья и начаты работы по созданию искусственного пейзажа, путем разбивки многочисленных садов и парков, многие из которых существуют донныне. По мере того, как богатели джентри, у этой социальной прослойки развилось почти маниакальное стремление всем своим образом жизни, начиная от архитектуры своих резиденций, парков, угодий и, кончая интерьером, подражать знати, и порою в своих эстетствующих наклонностях даже превосходить ее. (В частности, представители джентри в большом количестве заказывали семейные портреты на фоне своих садовых угодий. На иллюстрации один из таких портретов кисти Томаса Гейнсборо, изображающий мистера и миссис Картер (1747-1748), что способствовало возрастанию в английском обществе интереса к живописи.)

Стремления эстетствующих джентри обустроить свой быт в русле новых вкусов требовали не только усилий художников, но и специальных людей («рисовальщиков», «оформителей», по-английски «дизайнеров»). В это время появляются

издания и фирмы, специализирующие на эстетическом преобразовании быта (знаменитое объединение под руководством Уильяма Морриса «Движение Искусства и Ремесла» тоже было одним из таких объединений). Известный историк дизайна Ноэль Райли, рассматривая изменения в общественном вкусе того времени приводит характерные строки из «Журнала дизайнера» за 1849 год: «Прошлое растаскивается по частям через гравюры и издания для дизайнеров, желавших удовлетворить «сумасшедшие стремления потребителей к новизне, не обращая внимание на истинные ценности»<sup>2</sup>.



<sup>2</sup> Элементы дизайна. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма. Под ред. Ноэля Райли. М.: Из-во «ООО. Магма», 2004. С. 210.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

Однако «прошлое» было представлено в той социокультурной обстановке не только в виде неоготических фантазий. Уже в первых двух «готических» романах Уолполла и Бекфорда обозначились два культурных направления и одно из них было ориентальным (Ватек (Васик) был мистифицирован автором как внук великого халифа Гаруна ар-Рашида).

Ориентальное влияние на Европу с конца XVII-XVIII веков, было достаточно разнообразным – от увлечения фарфором до архитектурного стиля шинуазри. Политико-экономическим основанием этого явления являлась складывающаяся система колониализма, однако, как замечает итальянский историк Франко Кардини «... необходимо учитывать, что утверждение и изменение моды нередко происходит вследствие культурных преобразований, и, следовательно, вкусовых пристрастий, которые лишь отчасти можно оправдать прямым или заданным влиянием социально-политических аспектов»<sup>3</sup>. Одним из таких новых культурных преобразований было увлечение джентри китайскими садами. Нельзя сказать, чтобы в Европе того времени не стремились найти новые формы организации ландшафта, можно вспомнить хотя бы рассуждения Уильяма Кента (1685-1748), который стремился перенести на садово-парковое искусство принципы пейзажной живописи. Но решающим фактором в поисках нового языка ландшафта стали влияния, идущие из Китая. Яркий пример – жизнь Уильяма Чеймберса (1726-1796), шотландского архитектора и ландшафтного дизайнера, который некоторое время жил в Китае, где он основательно занимался китайской архитектурой и садово-парковым искусством. Из Китая было «привезено» иное понимание и восприятие пространства, прежде всего садово-паркового. Связано это было с тем, что китайское ландшафтное искусство базировалось на философских принципах даосизма и дзен-буддизма. Так как эти две философские традиции

исходят из «текучести» и иллюзорности феноменального мира, а постоянное проявляется только в переменах, то здесь сложилось особое понимание культурного пространства, в котором можно выделить следующие основные положения:

- мир есть сущностная пустота, в которую можно поместить множество новых форм
- осознание ценности бесполезного
- нет ничего вечного, в каждой вещи можно увидеть нетрадиционные функции, а в каждом веществе – новый материал
- воображение как преобразующая сила.

Это новое восприятие пространства на прикладном уровне дало возможность джентри, жившим в маленькой стране, сохранять лесные уголья, из небольших поместий делать произведения садово-паркового искусства, смешивать стили и применять новые технологии. Но самое важное было в том, что новое понимание пространства давало новое ментальное ощущение, ощущение избытка, а следовательно, свободы! Фридрих Георг Юнгер размышляя о влиянии садового пространства на ментальные настроения в обществе писал: «... китайцы научились совершенно свободно наслаждаться природой... Для них ландшафт никогда не является безмолвным; они умеют получать нечто даже от пустыни... они даже самый крошечный участок ландшафта превращают в нечто самостоятельное, открывая в облаках, скалах, деревьях присущую им красоту.

Для нас необходимо, чтобы мы, живя в густо населённом пространстве, не потеряли всех сооружений свободного стиля. ... Избыток времени и пространства – первое условие любого избытка. Ведь если нам не хватает времени и пространства, мы остаемся бедными людьми. При этом невозможно отрицать, что наше богатство определенным образом связано с нашей способностью воображения... Любой наш избыток основывается на духовных предпосылках, ибо его способна накапливать сила нашего воображения, и лишь благодаря этой способности избыток времени и пространства становится плодотворным. Без

<sup>3</sup> Кардини Ф. Путеводитель по средневековью. М.: Из-во «Вече», 2012. С. 10.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |

способности воображения нам ничем не помогут ни время, ни пространство».<sup>4</sup> И сегодня дизайн по-прежнему функционирует в русле этих философских принципов, которые позволили ему оторвать форму от функции, придавать эстетическую функцию «бесполезному» с точки зрения грубого утилитаризма, видеть в каждой вещи нетрадиционные функции, а в каждом веществе – новый материал.

Можно сделать вывод о том, что новый подход к культурному пространству, имевший место в поместьях джентри, проявлявшийся, прежде всего, в обустройстве ландшафта и интерьера *изначально выступал как проектная деятельность*, причем деятельность эта прямо или косвенно декларировала свои бытийственные цели: улучшить то, что дает природа, а в конечном итоге и саму жизнь человека. Уже упоминавшееся одно из первых дизайнерских объединений «Движение Искусства и Ремесла» так декларировало свою цель: «...это протест как против сути существующего в прикладном искусстве порядка, так и его стиля. Это идет от убеждения, что искусство и ремесло могут изменить и исправить жизнь человека»<sup>5</sup>. Такие или близкие к этой декларации цели дизайна можно встретить и в истории «нового движения»<sup>6</sup>, например, в Werkbund или в Bauhaus, и даже в литературе того времени (повесть Александра Грина «Господин оформитель»). Неслучайно, многие из дизайнеров той поры были социалистами с радикальными взглядами на искусство, труд и общество.

<sup>4</sup> Юнгер Ф.Г. Итальянский, французский и английский парки // Ф.Г. Юнгер. Восток и Запад. СПб: Наука. 2004. С. 291.

<sup>5</sup> Цит. по Элементы дизайна. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма. Под ред. Ноэля Райли. М.: Из-во «ООО. Магма». 2004. С. 276.

<sup>6</sup> Выражение принадлежит британскому историку и искусствоведу Николасу Певзнеру, выпустившему в 1936 году первую книгу по истории дизайна, названную «Пионеры нового движения: от Уильяма Морриса до Вальтера Гропиуса» (Pioneers of the modern movement, From William Morris to Walter Gropius, L., 1936).

Стремление джентри к эстетизации существования, ментальной и экономической свободе в течение XVIII века преобразовало облик английской деревни, а само это преобразование получило название *джентрификации*.

В XIX веке джентрификация повседневности перешагнула порог сельской локации и вышла в городское пространство. Первое употребление понятия «джентрификация» в новом расширенном качестве как инструмента преобразования культурной среды, в том числе и городской, 1888 года в издании Манчестерского литературно-философского общества «Memoirs and Proceedings of the Manchester Literary & Philosophical Society».

Но еще до того, как появился этот термин применительно к городской среде и само явление получило осмысление, в городах Европы пошел стихийный, иногда полукриминальный, процесс перестройки старых средневековых кварталов, похожий на тот, что был описан в романе Эжена Сю «Парижские тайны». Развитие города как специфического культурного пространства в рассматриваемый период представляло собой почти бесконтрольное насыщение его промышленными предприятиями, сопровождавшееся появлением трущоб и бедных кварталов, в которых обитали наемные рабочие, ухудшением экологической обстановки.

Образ города безвозвратно меняется в эти годы. Мрачные «сатанинские»<sup>7</sup> фабрики создавали закопченный пейзаж, освещаемый газовыми, а позже электрическими фонарями. Последовавший до 40-х годов XIX века ряд промышленных (фабричных) переворотов, привел к тому, что уже к середине этого столетия подавляющая часть материального производства осуществлялась с помощью машин. Новая промышленность начала создавать новый тип человека – индустриального рабочего – того, кто независимо от пола, национальности, религии, культурных отличий работал на машинном производстве, обслуживал эти машины и потреблял товары ими производимые. Урбанистический

<sup>7</sup> Выражение Шарля Бодлера



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

ад с ордами безликих горожан преследует воображение XIX столетия, массовое машинное производство начинает генерировать мегаполис, чей бесконтрольный и злокачественный рост не прекратился и доныне.

В городе возникает новый экзистенциальный конфликт – между человеческой личностью и джунглями из камня, которые в любую минуту могут ее поглотить. Человек должен либо бороться, либо будет выброшен, как мусор, как рвань, – мысль, которая постоянно преследовала Шарля Бодлера. Когда Г. Флобер и Ш. Бодлер попытались взглянуть на процессы, происходившие с человеческой душой в новом «городском пространстве» с позиций реализма, французский суд выступил в «защиту нравов». В 1857 году авторы «Госпожи Бовари» и «Цветов зла» предстали перед судом. «У Флобера осуждалось *«воспроизведение отвратительности порока и картины беспорядков, которые могут существовать в обществе»*, что введенное им как система, привело бы к такому реализму, который был бы отрицанием прекрасного и нравственного ...» Бодлеру ещё прямее ставился в вину *«грубый и оскорбляющий стыдливость реализм»*<sup>8</sup>.

Однако далеко не все разделяли тревогу французских писателей. Джентри и их потомки, составившие новый класс предпринимателей-буржуа, были согласны с лордом-казначеем Британской империи, историком и публицистом Т.Б. Маколеем, который в своем эссе о науке в 1837 году<sup>9</sup>, усматривал в наступающем после Ватерлоо времени некий период всеобщего благополучия, торжества науки и прогресса. Оформившаяся в это время идеология либерализма способствовала тому, что в образованном обществе XIX-начала XX веков сложилось идеализированное представление о времени между 1820 и 1890 годами XIX века. Безусловно, имелись и объективные основания для

складывания грезы о «la belle époque» или «саде либеральной культуры», чей приход был гордо провозглашён на долларовой банкноте.<sup>10</sup>

Тем не менее, несмотря на нарастание социальных противоречий (конец XVIII – XIX век были отмечены бурной классовой активностью (революции 1789-92, 1830, 1848, 1871 годов), процесс джентрификации продолжался и его новым объектом явилась *машина*. В 1844 году на выставке в Королевской Академии Художеств в Лондоне демонстрируется картина Уильяма Тернера «Дождь, пар и скорость», великое произведение, в котором были предвосхищены эстетические принципы импрессионизма и футуризма, и где впервые в истории живописи машина (поезд) выступила частью художественного образа. Именно присущее эстетике джентрификации требование красоты от производимых машинами товаров, было глубинной причиной организации «Большой выставки промышленных изделий всех наций» 1851 года, а также полемики Джона Рескина с Уильямом Моррисом, что обуславливало усилия прерафаэлитского братства, раскрывшего в дагерротипной фотографии (т.е. в изображении, созданном с помощью машины) художественные возможности.

Процесс ментального переформатирования, с тем чтобы выстроить предметный мир нового индустриального мира, в котором появлялись новые вещи, новые материалы, новые нетрадиционные функции, а воображение (т.е. креативность) становилось реальной ценностью, занял свыше двух столетий и завершился к началу XX века. Наверное, самая лаконичная формулировка результата этих поисков была зафиксирована в творческом кредо Bauhaus, сформулированного Вальтером Гропиусом, провозгласившего что, *«каждый предмет должен до конца отвечать своей цели, то есть выполнять свои практические функции, быть удобным, дешевым и красивым»*<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Балашов Н.И. Вступительная статья / Бодлер Ш., Цветы зла. Ростовское книжное изд-во. 1991. С.7.

<sup>9</sup> Т.Б. Маколей. Англия и Европа. Серия «Pax Britannica». СПб.: Алетейя». 2001. С.100.

<sup>10</sup> Novus Ordo Saeculorum

<sup>11</sup> См. Вальтер Гропиус. Границы архитектуры (серия: Проблемы материально-художественной культуры). Перевод с английского: А.С. Пинскер, В.Р. Ароно-



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |



31

Первая половина XX века стала временем философского осмысления сути явления эстетизации, конкретно-историческим примером которой была английская джентрификация. И философская, и дизайнерская мысль стремились уяснить историческую и мировоззренческую суть эстетизации как социального явления. Один из «четырёх великих»<sup>12</sup> архитекторов и дизайнеров XX века Вальтер Гропиус более двадцати пяти лет своей жизни посвящает разработке теоретических основ эстетизации, видя в ней одну из характеристик **социального дизайна как новой проектной деятельности.**

ва, В.Г. Калиша / Составление, научная редакция и предисловие В.И. Тасалова / под ред. В. И. Тасалова. М.: Искусство, 1971. 286 с.

<sup>12</sup> Наряду с Ллойдом Райтом, Людвигом Мис ван дер Роэ и Шарлем ле Корбюзье.

В чем-то подытоживая опыт «Движения Искусства и Ремесла» и Werkbund, Гропиус идет дальше, расширяя задачи дизайна как проектной деятельности, выводя его в сферу социального и ментального. Приведем лишь некоторые из его высказываний, опубликованных в различных британских, американских журналах и в книге «Взгляд на народную архитектуру»<sup>13</sup>. «...*Переход от ремесла к машинному производству так занимал человечество в течение века, что вместо стремления вперед, к решению актуальных проблем формообразования люди долго удовлетворялись заимствованными стилями и формальным декором... Такое состояние дел наконец позади. Развилась новая концепция строительства, базирующаяся на реально-*

<sup>13</sup> Это название переводят по-разному, на русский язык его перевели как «Круг тотальной архитектуры».



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

сти; вместе с ней явилось и новое, измененное восприятие пространства.

...Само многообразие большого числа добротных примеров новой архитектуры, которые уже существуют, свидетельствует об этих изменениях и о новых технических средствах, используемых для их выражения.

...Так в 1919 г. был торжественно открыт Баухауз со специальной задачей: понять сущность искусства архитектуры, которая соответственно человеческой природе охватывала бы собой все проявления жизни. Школа добровольно сосредоточила внимание на том, что является сейчас насущной необходимостью, – на предотвращении порабощения человека машиной, путем спасения массового производства и быта от анархии механизации, и возвращения их к смыслу, чувству и жизни.

...Это подразумевает создание вещей и зданий, заранее спроектированных для промышленного производства. Нашей задачей было искоренить ошибки механизации, не жертвуя ни одним из ее достоинств. Мы мечтали о создании подлинных ценностей, а не преходящих новшеств. Еще раз эксперимент стал базой архитектуры, что требует широкого координационного мышления, а не узкой специализации»<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> W. Gropius., The Formal and Technical Problems of Modern Architecture and Planning // «The Journal of the Royal Institute of British Architects». London. 1934. 19 May.

W. Gropius., Not Gothic but Modern for Our Colleges // «The New York Times Magazine». 1949. 23 October.

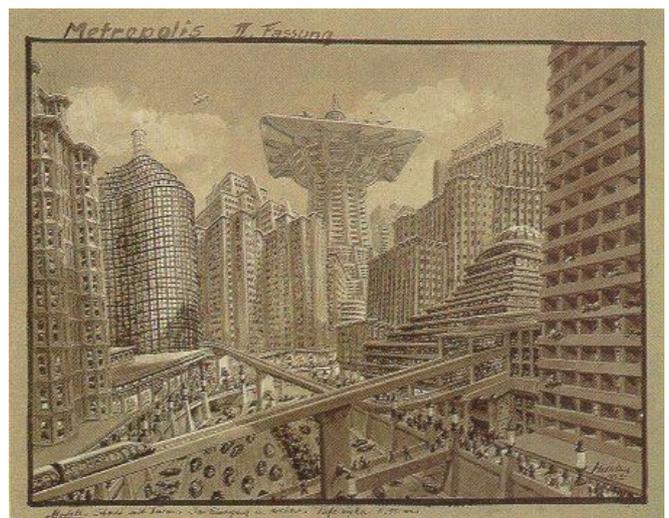
W. Gropius und M. Wagner, A Program for City Reconstruction. «The Architectural Forum». 1943, July;

W. Gropius, Rebuilding Our Communities, Chicago, Paul Theobald, 1945;

W. Gropius, Organic Neighborhood Planning. «Housing and Town and Country Planning» // Bulletin N 2 // United Nations Department of Social Affairs, Lake Success, New York, 1949, April.

W. Gropius, Scope of Total Architecture. New York. Harper and Bros, 1955. Круг тотальной архитектуры. // Границы архитектуры (серия: Проблемы материально-

Выражаясь метафорически, В. Гропиус и его единомышленники «вывели» дизайн из пространства сельских ландшафтов в пространство города, в котором в качестве единицы его организации (и эстетизации) выделили архитектурный объект. В городе, как в сердце индустриальной цивилизации по мнению Гропиуса и его единомышленников было важно, спасти массовое производство и быт, который он генерирует, от хаоса и стихии механизации и внести в этот новый мир смысл, чувство, т. е. эстетическое начало. (На предыдущем и последующем рисунках наброски декораций дизайнера Эриха Куттельхута к фильму Фрица Ланга Метрополис, в которых отразились представления деятелей Баухаус об архитектуре будущего, и, одновременно опасения из-за дальнейшего наступления машины на человека)\*\*



Понимая дизайн как социальную деятельность идеологи Баухаус, перешли из сферы производства и материально-предметной повседневности, которую так хотели украсить джентри, в сферу социального, стремясь приблизить ее к производству искусства (во всяком случае, в соединении функционала вещи и определяемых этим эстетических характеристик).

художественной культуры) М.: Искусство. 1971. С. 16-65.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |



Однако уже в 30-е годы XX столетия встала проблема реакции субъекта если не на сам дизайн как вид проектной деятельности в социуме, то на те последствия, к которым он может привести. Это была большая ментальная проблема – ведь для того чтобы быть готовым изменять повседневность в сторону ее большей красоты и гармонизации, **необходимо иметь потребность и способность ее переживания, чувствования, что делает ее для субъекта необходимой и желаемой.** А если этой ментальной готовности в обществе (или в социальной страте) нет, то тогда самым действенным и быстрым способом достичь эффекта гармонизации, эстетизации может диктатура, тотальная власть. Именно такие состояния субъекта и социальный эффект, ими вызываемый Вальтер Беньямин назвал эстетизацией в работе 1936 года «Произведение искусства в эпоху технической воспроизводимости»<sup>15</sup>. Для В. Беньямина, эстетизация – это блокирование рефлексивной способности субъекта, в чем и заключается основание для возможности манипуляции массами при помощи культовых артефактов. Он отождествляет процесс эстетизации с процессом фашизации. По его мнению, эстетизация – один из ключевых инструментов фашистской политики. Джон Берджер (Бергер) соглашаясь с

<sup>15</sup> Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Под ред. Ю. А. Здрового. М.: Медиум, 1996. 239 с.

такой трактовкой эстетизации замечает: «*впервые в истории художественные образы становятся эфемерными, повсеместными, иллюзорными, доступными, бесполезными, бесплатными*»<sup>16</sup>.

Ему вторит Ги Дебор с его «Обществом спектакля», где инсценировка, эстетизация и опосредование коммуникации людей с миром и друг с другом образами рассматривается исключительно как процесс негативный, чреватый отчуждением и ведущий к отчуждению, социальному и личному<sup>17</sup>.

Однако более поздний автор Герхард Шульце в книге «Общество переживаний: культурсоциология современности» напротив, трактует эстетизацию как процесс, сопровождающийся как раз усилением рефлексивности, чем шире спектр возможностей, которые никак не регламентированы, тем в большей мере решение возлагается на самого субъекта, и тем в большей степени он, волей-неволей, становится более рефлексивным<sup>18</sup>.

Далее мне хотелось бы обратиться к материалам круглого стола по проблеме эстетизации в ВШЭ и процитировать Виталия Куренного: «*Было бы интересно ... рассмотреть мотивы двух этих линий, генезис двух этих трактовок эстетизации. И та, и другая линия, очевидно, признают эстетизацию как эмпирически наблюдаемый фактор, но по-разному, противоположным образом этот фактор оценивают. Если говорить кратко, одна из причин этого водораздела между двумя традициями – это трактовка эстетического. ... у Шульце ... трактовка эстетического, ... в отличие от позиции Беньямина не ориентирована на идею искусства. У Беньямина эстетизация как раз связана с идеологическими и с политическими функциями современного искусства (вернее, дизайна – Ф.Ф.). В то время как позиция Шульце, ... принад-*

<sup>16</sup> John Berger Ways of Seeing. Penguin Books & London & 1972. P. 32-34.

<sup>17</sup> Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос. 1999. 224 с.

<sup>18</sup> Schulze Gerhard. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt / New York: Campus Verlag. 1992. 2. Aufl. 2005.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

*лежит иной традиции, которая восходит к Баумгартену – традиции понимания эстетического из оптики восприятия, из греческого *aisthesis* (чувственное восприятие) как значимого фактора социальной жизни»<sup>19</sup>.*

Таким образом, «эстетическое» как его понимает в том числе и Шульце, не ориентировано на нормативный статус искусства, не ориентировано на специфически художественное восприятие. Речь идет об «эстетическом» как оно интегрировано в разнообразные повседневные практики, а переводя с философского языка на язык предметной эстетики – о присутствии в повседневности дизайна, как всеобщего регулятора визуальной среды культуры, который определяется спецификой машинного производства. Так как в любом произведении дизайна присутствует художественная составляющая, связанная с графическим прообразом предмета, то элементы эстетического через тиражирование предметной среды получают характер всеобщей эстетизации. Именно она, эстетизация, влияет и на современное искусство, например, в таких направлениях, базирующихся на категории безобразного как «трэш» или некорреализм.

Тем не менее, несмотря на явно различные понимания процесса эстетизации в интеллектуальной сфере культуры, задачи социальной практики никуда не ушли и перед послевоенными городами Европы они встали в полный рост. В 60-е годы XX века на волне экономического подъема вопрос эстетизация городского ландшафта посредством социального дизайна как новой проектной деятельности перешел в практическую плоскость.

<sup>19</sup> Круглый стол «Эстетизация повседневности: дефиниции, тенденции, перспективы» (к 20-летию выхода в свет «Общества переживания» Герхарда Шульце) с участием преподавателей отделения культурологии факультета философии НИУ ВШЭ и приглашенных исследователей 13 июня 2012 года. // Электронный ресурс, режим доступа: <http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Kruglyj-stol-Estetizaciya-povsednevnosti-definicii-tendencii-perspektivy> Дата обращения: 19 ноября 2016 г.

По данным академического словаря «Merriam-webster», старый термин джентрификация начал употребляться с 1960-х годов. В 1964 году к нему вновь обратилась британский социолог Рут Гласс, с тем чтобы обозначить процессы, проходившие в Лондонском районе Ислингтон (Islington), в котором с середины 60-х годов стала планомерно вытесняться рабочая прослойка, выноситься за черту района производства и квартал заселялся более состоятельными гражданами, что влекло за собой повышение качества городской среды.

Старые постройки викторианских времен были отреставрированы, там, где это было невозможно были построены уникальные авторские постройки, в квартале стало много кофеин, бутиков, дизайнерских магазинов.

Современное понятие джентрификации – это комплексное изменение городской среды, происходящее в результате не только переселения состоятельных граждан в кварталы, заселенные представителями менее обеспеченных классов. Это, прежде всего, изменение концепции образа района, его функционирования, выработка нового «фирменного стиля», это эстетизация городского пространства, посредством различных видов дизайна (начиная от архитектурного и коммуникационного до светового дизайна и озеленения). Феномен джентрификации отчетливо наблюдается в США, Европе и Австралии, где он связан с возвращением белых профессионалов в запущенные городские центры, населенные преимущественно этническими меньшинствами.

Причиной джентрификации являются деиндустриализация бывших промышленных центров и сокращение промышленности в городской черте. С особой интенсивностью этот процесс пошел в послевоенный период, когда цивилизация стала переходить от индустриальной формы культуры к информационной. В создании городской среды значительную роль начинают играть сферы потребления, финансовый сектор, брендинговые субкультуры.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |



35

На снимках этой страницы район Ислингтон до и после джентрификации.



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |

На сегодняшний день можно выделить два этапа джентрификации. На **первом этапе** в запущенные кварталы приходят экономически маргинальные группы «*тренд-сеттеров*», «*хинстеров*» (тех, кто задает направление развития). Они не располагают высоким доходом, но их образовательный и профессиональный, креативный статус довольно высок. Это дизайнеры, художники, журналисты, культурные администраторы, молодые профессионалы. Они переоборудуют район под свои стандарты повседневной жизни и досуга и делают привлекательным для переселения. **Второй этап** связан с развитием финансового сектора и сферы услуг. На место культурной богемы приходят торговцы недвижимостью, корпоративные юристы, инвестиционные банкиры, брокеры, состоятельные врачи, преподаватели университетов и т.д. Социологи называют новых переселенцев *новым средним классом, или новыми городскими профессионалами*. Источником их экономического успеха является креативность, нестандартность, высокий профессионализм, свободный образ жизни, высокий уровень толерантности.

В России проекты джентрификации стали появляться достаточно недавно, в последние 20-15 лет. Индустриальные города, по мере развития постиндустриальной экономики услуг и финансового сектора, постепенно вовлекаются в процесс джентрификации. В Москве уже есть успешные примеры джентрификации: это проект «Винзавод», перестройка кондитерской фабрики «Красный Октябрь», в Петербурге – это «Ткачи» на основе ткацко-прядельной фабрики им. Анисимова, «Этажи» на базе бывшего хлебозавода.

Крупный проект реализуется в настоящее время на территории завода «Серп и Молот» в Москве. Материалы проекта джентрификации «Серпа и молота» были представлены на Всемирном архитектурном фестивале World Architecture Festival 2013 в Сингапуре, где вызвали живой интерес мирового архитектурного и дизайнерского сообщества.

Однако процессы, происходящие в России, отличаются от аналогичных процессов в Европе. Если в Европе и США джентрификация происходит на уровне городского района и носит характер многонаправленного социального проектирования, то в России это, как правило, точечные проекты деиндустриализации объектов в прошлом являвшихся фабриками или заводами, перевод их посредством дизайна в другую функциональную парадигму.

Проблема российской джентрификации усугубляется еще и историческим своеобразием страны, т.е. отсутствием прослойки джентри и их потомков, которые в условиях городской среды *захотели и желали эстетизации городского ландшафта*. Население российских мегаполисов, это в основном потомки выходцев из деревни, история развития которой резко отличается от английских сельских реалий последних двух столетий\*\*\*.

## Примечания

\* Существовая около полутора веков, массовая культура, не утратив присущих ей изначально суетности и гедонизма, за последние четверть века приобрела ряд новых черт, указывающих на ее новые трансформации и соответственно новые роли в ней дизайна.

Прежде всего, из европейского явления массовая культура стала явлением глобальным. Фундаментом этого процесса являются современные экономические, политические, технико-технологические процессы известные как глобализация. Создание Internet – виртуального мира с присущим только ему глубоким, почти константным пространством и обратимым (по отношению к физическому) временем – повлекло возникновение новых форм массовой культуры. Современную массовую культуру с полным правом называют информационной не только потому, что существует Internet. Огромное количество различных средств массовой информации очерчивают массовой культуре ее информационное, эстетическое, экзистенциальное единство.

Кроме глобальности и информационного и виртуального элемента, новой существенной чертой современной массовой культуры является ее *мифологич-*



Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

## | Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |

**ность.** На первый взгляд, кажется странным, что миф как дорефлективная форма познания, сочетающая в себе элементы научной и поэтической картины мира, востребован современной массовой культурой, существующей в контексте современной цивилизации, с глубокой дифференциацией ее когнитивного багажа, рефлексией, приматом науки в познании мира. Однако в массовой культуре, где обитает почти безличный потребитель, user, пассажир et cetera – миф с его гипертрофированной личностью героя, действующего в пограничной зоне естественного мира и божественного – становится необходим, как сублимация неповторимого личностного начала, теряемого этой культурой. В отличие от мифа культурно-исторического, который представлял собой синкретическую форму осмысления исторических событий, религиозно-эпического восприятия мира, современный миф сохраняет лишь образно-художественную составляющую, т.е. миф массовой культуры эстетичен. В отличие от мифов прошлого, которых отличали историзм и этничность, миф в массовой культуре транснационален и базируется на элементах самой же массовой культуры. Современное мифотворчество весьма субъективно, и его герои часто представляют собой продукт творческой фантазии (рыцари-джедаи, хоббиты, агент 007...). Даже в случае мифологизации реального явления или лица – они предстают не в своих повседневных характеристиках, а в виде «image» – образа.

Основным инструментом, переводящим миф в социальный план, в современной массовой культуре является **дизайн**. Дизайн из формы эстетизации товаров, в начале XXI столетия эволюционизировал в полифункциональное явление, влияющее не только на производство и быт, но и на формы социального поведения, прежде всего посредством брэндов и брэндинга. Торговые марки – брэнды, когда-то означавшие принадлежность товара производителю или торговой фирме к концу XX века, превратились в сложное явление, сочетающее производство, маркетинговую политику, товарную эмблему, которые призваны вырабатывать и визуализировать некую психологию потребления и стиля жизни, проходящую в окружении товаров этого брэнда. Показательны в этом смысле рекламные слоганы таких мощных брэндов как Panasonic – «Ideas for life», LG – «Семья LG», которые стремятся формировать некие модели поведения, влиять на жизненные ориентиры. Знак брэнда в современной массовой культуре это не только про-

дукт графического дизайна, но некий символ, воздействующий на социо-психологическом уровне.

Дизайн в массовой культуре XXI века все более становится бытообразующим явлением, формируя эстетические, эргономические, утилитарные характеристики мира товаров и услуг. Дизайн в современной массовой культуре не только реагирует на модные тенденции и технико-технологический прогресс, но и посредством **брэндинга**, создает некий образ не просто потребителя, а социальной группы с присущими ей образом жизни и эстетическими пристрастиями. Через брэнды современный дизайн осуществляет **социальное мифотворчество**. Такие социально-поведенческие группы в современной массовой культуре как «глэмур», «готы», «бобо», «яппи» своим эстетико-визуальным фактом во многом обязаны мировому брэндингу. Показательным примером такого социального мифотворчества является MTV. Около двадцати лет назад средство массовой информации (телевидение) при помощи музыки и дизайна, создало свой брэнд, визуально оформленный в графической эмблеме – MTV. За время своего существования брэнд MTV сформировал не только глобальную сеть музыкальных телеканалов, но и выработал стиль поведения, лексикон, направление в молодежной моде, имеющее собственную классику, историю и легенды, теперь он претендует на специфический образ жизни и mental habit (умственные привычки). Однако социальные группы на основе брэнд-дизайна не совпадают с традиционным пониманием социальных групп, так как существу, в брэндинговые группы входят представители разных социальных слоев. В группах, рожденных на принципах брэнд-дизайна, есть эталон и его симулякры (т.е. повторения, но уже более упрощенные, более дешевые).

\*\* Художественным выражением эстетических и социальных устремлений идеологов Баухаус может считаться великий фильм Фрица Ланга «Метрополис», чья премьера состоялась 10 января 1927 года. Студия UFA и BAUHAUS, работавшие с 1919 до 1925 года в Веймаре, были самыми заметными предприятиями Веймарской республики в области культуры. Влияние идей Гропиуса и его коллег были весьма ощутимым во многих областях жизни республики. В фильме это нашло свое отражение не только в архитектуре декораций, выполненных Эрихом Кеттельхутом – производственным дизайнером и декоратором, – но и в слогане фильма,

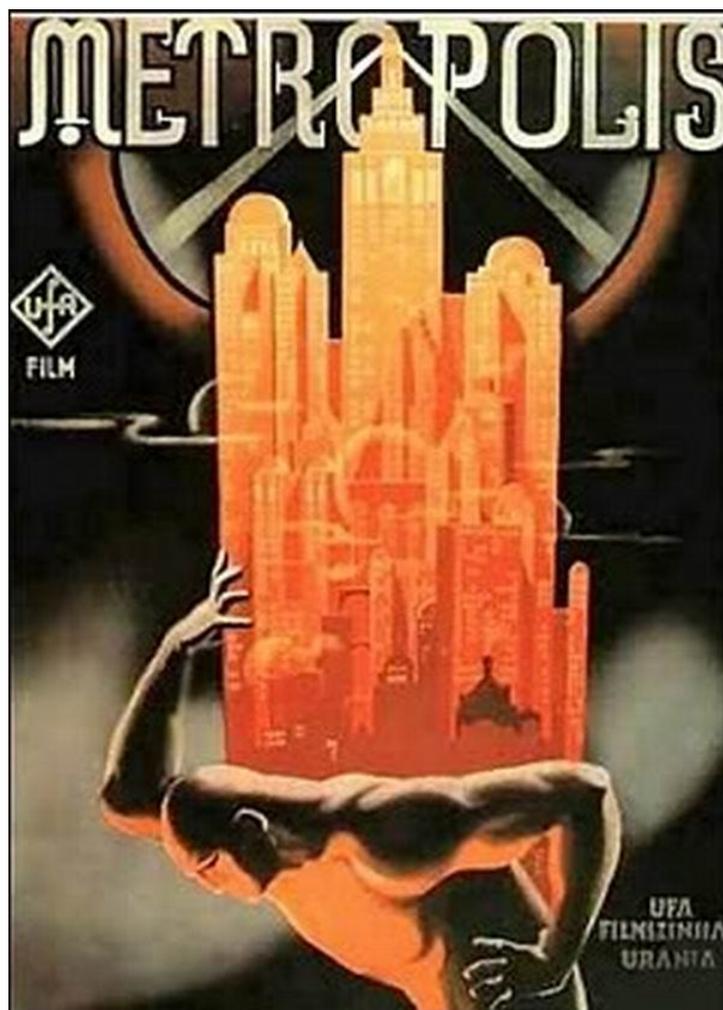


Франциска ФУРТАЙ / Francisca FOORTAI

**| Город и дизайн: от эстетства мелкопоместного дворянства к эстетизации вне-образного как социальной стратегии дизайна / City and Design |**

аккумулирующем идею Баухаус, звучавшую и в трудах его основателя Вальтера Гропиуса: «*Между руками и головой должен быть посредник – сердце*».

\*\*\* Тем не менее, несмотря на все своеобразие российской джентрификации, можно привести пример состоявшейся эстетизации городского района, а не отдельного архитектурного объекта – это район Патриарших Прудов в Москве.



Афиша фильма Хайнца Шульца-Нойдамма

