

ЭСТЕТИКА ФЛОРИСТИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В КОНТЕКСТЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

ЕКАТЕРИНА БАРКОВА

Екатерина Валериевна Баркова — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-культурных технологий Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: barkova_katya@bk.ru

В данной статье автор анализирует эстетические аспекты культуры повседневности современного города, акцентируя внимание на вопросах соотношения естественной и искусственной среды, взаимодействия и развития природного и рукотворного, а также их включенности в коммуникативные потоки повседневности. Особое внимание уделяется эстетическому наполнению пространства повседневности, которое связано с различными воплощениями образов цветов и природных материалов и играет в пространстве современного города не только эстетическую, но и экологическую роль, а также актуализирует утраченные духовные смыслы. Акцентируется внимание на проблеме эстетически и экологически сбалансированной среды, бионической теме, эко-реконструкции. Выдвигается тезис о том, что современная флористика как форма эстетической практики, с одной стороны, возвращает людям утраченную причастность к природе и помогает структурировать пространство, обеспечивая оптимальное соотношение природных и искусственных компонентов среды. С другой стороны, она в своей деятельности использует, в том числе «язык цветов», который в пространстве современного города представляет собой особую форму эстетической коммуникации.

Ключевые слова: культура повседневности, эстетика повседневности, эстетическая практика, флористика, флористический дизайн, «язык цветов», пространство современного города, коммуникативные потоки, эко-эстетика, эко-реконструкция

AESTHETICS OF FLORISTIC DESIGN IN THE CONTEXT OF COMMUNICATIVE STRATEGIES OF THE MODERN CITY

Ekaterina Barkova

PhD in Philosophy, Associate St. Petersburg University of Humanities and social Sciences, Russia

E-mail: barkova_katya@bk.ru

In the present paper the author analyses the aesthetical aspects of daily-life culture of the modern city focusing attention on the problems of relationship between the natural and artificial environments, interaction and development of natural and artificial components as well as their incorporation in communicative daily flows. Much attention is given to aesthetic filling of daily-life space that is connected with different embodiments of flowers and natural materials images. In the modern city space it plays not only aesthetic but ecological role, also promoting the reconstruction of the lost spiritual senses. The problem of aesthetically and ecologically balanced environment, bionic topic and eco-reconstruction have also received a particular consideration. In conclusion, it is advanced that the modern floristics as a form of aesthetic practice, on the one hand, gives back to mankind the last connection with the nature and helps to build such a space structure that will provide the best compromise between the natural and artificial environments components. On the other hand, in its activity, floristics uses, among others, the “flowers language”, that represents the particular form of aesthetic communication in the modern city space.

Key words: everyday culture, aesthetics of everyday life, aesthetic practice, floristics, floral design, “language of flowers”, space of a modern city, communication flows, eco-aesthetics, eco-reconstruction

В настоящее время свойственное человеку стремление к красоте и совершенству выразительно проявляет себя в культуре повседневности — в эстетике самых привычных форм и вещей. Современный человек существует в пространстве постоянно развивающихся информационных технологий и, как следствие, соразмерных им коммуникативных практик. Значимые

акценты его жизненного пространства все более смещаются с реального в виртуальное измерение. Потому особенно остро звучит вопрос о стратегиях конструирования жизненного пространства современного человека, создания в нем эстетически значимых форм, которые воплощают в себе все то, что соответствует его привычкам, традициям, идеалам.

В повседневном пространстве современного города есть острая потребность в обращении ко всему, что связано с природой, как к истоку и основанию человеческого бытия. Но у городского жителя не всегда есть возможность быть в непосредственной близости к природным ландшафтам. Вместе с тем, именно это обстоятельство побуждает все чаще обращаться к природным и экологическим основаниям человеческого.

Данная проблема перекликается с различными аспектами экологической эстетики, а также оказывает влияние на самые различные эстетические практики и проявляет себя в предметном формотворчестве, модных тенденциях, в различных дизайнерских практиках, в том числе, информационно-ориентированных. Средовое проектирование реализует себя в опредмечивании утилитарных и духовных потребностей человека. Создавая вещную среду в процессе своей жизнедеятельности, человек постепенно наделяет ее разнообразными духовными смыслами. В результате формотворчества он являет вокруг себя свой особенный мир вещей, созданный и организованный в соответствии с собственной волей, желаниями, потребностями, вкусом, представлениями о духовном и прекрасном.

Сегодня возникает и развивается множество экологических и природоориентированных урбанистических проектов, которые направлены на решение проблем соотношения естественного и искусственного, природного и рукотворного. Актуальные технические возможности создают предпосылки для нового эколого-эстетического видения, осмысления городской среды, учитывающие коммуникативные потоки повседневности. Эти проекты открывают неограниченные перспективы и для развития флористики, предоставляя ей пространство для многообразного флористического наполнения.

Флористика, флористический дизайн воплощает в себе потенциал эстетического освоения повседневного пространства

в соответствии с потребностью и желанием быть ближе к природе, к прекрасному в ней. Вместе с тем флористический дизайн также реализует себя в коммуникативном пространстве современного города, поскольку так или иначе, флористическая композиция призвана производить определенное впечатление, и может выполнять миссию невербального посредника, проявлять себя как «готовая», «устоявшаяся» форма коммуникации. Как произведение дизайна флористическая композиция может существовать в системе координат как высокой, так и массовой культуры: в системе высокой культуры и хорошего вкуса она стремится к содержательной оригинальности и «утонченности», в контексте массовой культуры может быть ориентирована на более приземленные приоритеты «массового вкуса».

В современном мире становится очевидным, что новые, в том числе информационные, технологии могут привести к невосполнимой утрате чего-то очень важного в нашем жизненном пространстве. Но эстетический опыт не может быть автономен ни от технологического развития, ни от социально-культурных, экономических, политических отношений. Средства массовой информации и коммуникации, подчиняясь рыночным и политическим стратегиям, создают условия и предпосылки для массовой «потребительски-культурной» индустрии.

Средствами социально-культурных технологий конструируется «новая реальность», которая апеллирует к потребительским массовым вкусам и реализует себя через различные социально-культурные практики, коллективные действия, многие из которых подобны карнавалу или мистерии. В постановке и реализации последних значительную роль играют цветы и флористические композиции, поскольку они создают яркие и доступные по восприятию на разных уровнях эстетической культуры эстетические и художественные образы. Флористическое оформление различных мероприятий гармонично входит в общее решение интерьера, подчеркивает основную мероприятия, его миссию, соответствует стилистике и содержанию. Оно заранее согласовывается с организаторами в плане концепции художественного оформления, соот-

ветствия основной теме по цвету, форме, фактуре, материалу. При оформлении различных мероприятий художественной концепции уделяется особое внимание. На первый план здесь выходят ассоциации, образ должен максимально соответствовать идее конкретного события — это может быть торжественность, трогательность, возвышенность или безудержное веселье. Таким образом, творчество современных дизайнеров-флористов вовлечено в орбиту социально-культурных практик и технологий и в то же время обращено к самому человеку, к его возможностям, потребностям. Все это определяет расстановку ценностных акцентов в системе взаимодействий природного и искусственного, ориентируясь на высокое искусство или же на мир повседневности.

Следует отметить, что поиск «высоких» смыслов также попадает в зону интересов идеологии общества потребления, где эстетическое становится неким социальным маркером. Флористический дизайн здесь выступает как некое символическое или «магическое» очерчивание пространства, поскольку, как уже было сказано ранее, в повседневном пространстве городской среды возникает все больше возможностей для опредмечивания воображаемого, воплощения самых смелых проектов и замыслов (Suvorov, 2018, 214). Возрастает интерес к интерпретации своеобразия эстетических форм, к средствам их выразительности, к возможности проявления внутреннего и скрытого во внешнем. Все это находит отклик и свое выражение в различных формах предметно-пространственной городской среды, ее «зеленой» архитектуре, объектах флористического дизайна.

Современный человек оценивает и потребляет все больше не вещи и услуги, а знаки и символы, где реальное подчиняется чувственности и игре воображения. Информационные технологии в значительной степени способствуют этому. В игры чередования знаков вовлечены различные культурные феномены — мода, дизайн, декоративно-прикладное искусство, флористика. В условиях непрерывного развития информационных технологий маркетинговые коммуникации сами способны изменять или создавать социальные отношения или структуры, поддерживать их функционирование, тем самым

создавать и продвигать ценности, смыслы и образцы поведения (Baudrillard, 2000, 136).

На примере присутствия флористических образов в рекламных сообщениях, в крупных рекламных кампаниях, в социально-культурных акциях можно проследить, как, благодаря семантике знака, обладание желанной вещью приобретает дополнительную значимость, а само приобретение вызывает особенное чувство удовольствия, вызываемого не «полезностью» вещи, но самим фактом ее приобретения. Искусство презентации часто использует образы цветов, добавляя к информативному сообщению чистое эстетическое удовольствие, связанное с восприятием красивой формы. Это дополнение относится к совершенно специфическому опыту, который мы можем назвать «опытом души», а следовательно, представляемый продукт воспринимается нами более «душевно», близко. Например, образы цветов в рекламных сообщениях определенным образом воздействуют на нас, доставляют визуальное удовольствие, тем самым помогают как бы «открыть душу для знакомства». Таким образом, при помощи флористического оформления можно также манипулировать потребностями, построенными на неосознанных психологических устремлениях личности. При оформлении витрин часто используются флористические образы и композиции как элемент общего стиля. Они могут тактично намекать на правильность выбора покупателя соответствующей марки, его стиль и хороший вкус.

Эстетизация предметной среды раскрывает свой универсальный характер в проявлении все более усиливающихся тенденций стремления к сверхкомфорту как результату эстетического и экологического проектирования жизненной среды. Сверхкомфорт здесь мыслится как не только функциональный, но и эстетико-психологический комфорт в согласованности с символическим и культурно-духовным наполнением. Эстетика флористической композиции подчеркивает и усиливает присутствие особого рода чувственности, основанной на гармонии эстетического и функционального, а точнее говоря, комфортного. Достигнутая гармония воспринимается как результата жизни, итог накопленного опыта, соединяя в себе представления как о прекрасном, так и о добром.

Темп современной жизни диктует необходимость в неких «готовых формах общения», соответствующих определенной коммуникативной ситуации. Одной из таких форм, несомненно, является имидж, проявляющийся во внешнем облике человека, его костюме, манере держаться и вести себя. Имидж как сложноорганизованный поведенческий текст может многое рассказать о человеке без слов, избавить от многих уточняющих вопросов. Флористический этикет часто выступает в согласованном единстве с имиджем, он так же представляет собой некий символический язык, играющий важную роль в создании благоприятных коммуникативных ситуаций. В некоторых случаях он может заменить или усилить вербальное общение, так как восходит к национальным традициям разных культур и народов и издревле играет роль особого «языка». В то же время эстетическое удовольствие и особое эмоциональное состояние, вызываемое созерцанием цветов, способны вызвать в человеке ощущение гармонии с окружающим пространством, что благоприятствует более продуктивной коммуникации.

Сегодня можно видеть, как флористическое оформление, выполненное в определенном заданном стиле, становится неотъемлемой частью имиджа компании. Поскольку одной из задач имиджа является целенаправленное воздействие на общественное мнение, можно видеть, как имидж выступает в роли особого позитивного и привлекательного коммерческого продукта и, создаваясь для определенной целевой аудитории, содержит в себе особый культурный «код». Современный имиджевый продукт рассчитан на несколько уровней понимания и интерпретации по «принципу двойного кодирования». Эстетическое послание средствами флористического дизайна раскрывает себя в эстетике рекламных сообщений, а также в формах предметно-вещной среды, обращенной к пониманию многомерной миссии современного дизайна. Флористический дизайн позволяет избирательно и вместе с тем толерантно преподнести коммуникативную ситуацию, в то же время язык цветочного этикета может оказать определенную помощь в избегании разного рода конфликтных ситуаций. В итоге флористика на эстетическом, чувственном, подсознательном уров-

не предлагает человеку в пространстве современного города необходимую степень свободы самовыражения.

Высокий уровень развития всех видов современного искусства обусловил удивительную выразительность художественной работы с цветами не только на уровне презентации флористики как декоративно-прикладного искусства в пространстве галереи и художественной выставки, но и в пространстве интерьера повседневной жилой среды. Современный дизайнер-флорист обладает пространственным «дизайнерским мышлением», выражающимся в свободном владении объемами, умении экспериментировать с конструкциями, соединять различные материалы и предметы, их части с друг с другом в любых сочетаниях. Современные объемные пластично-конструктивные флористические работы имеют много общего с художественным конструированием, базирующимся на общепринятых закономерностях, свойствах и средствах композиции, характерных для изобразительного прикладного искусства. Таким образом, у современного дизайнера есть возможность реализовать всю широту образного мышления и воплотить любые самые смелые замыслы на уровне повседневного интерьера. Здесь раскрывается широта мышления дизайнера, его чувство стиля, воображение и художественный вкус, умение выбирать из всего многообразия формы самый правильный и выразительный вариант. А флористический материал является тем материалом, где значительно выражена тенденция к ассоциативности, свободной игре фантазии. Декоративные композиции воздействуют на зрителя выразительностью форм, цветовых соотношений, фактур растительных материалов и, в то же время, позволяют создавать и преобразовывать его повседневную реальность посредством природных форм и материалов. Работая как над интерьерными, так и над независимыми композициями, художник-дизайнер ставит перед собой задачу найти некое образное решение. Например, он может создать в жилой среде мини-ландшафт из сочетания горшечных растений. И тем самым, создавая миниатюрные ландшафты и пейзажи, он вносит в интерьер «кусочек природы», не слепо копируя природу, а создавая некую иллюзию пейзажа.

Таким образом, флорист-дизайнер как художник выражает свое отношение к природе, свое настроение и творчески преломляет натуру, находит степень переработки живой формы, не теряя при этом конкретного ощущения реальности. Он создает неповторимый внешний облик жилой среды, внутреннее убранство помещений, подбирает стиль домашней утвари, чем в некоторой степени воспроизводит и воссоздает в ней самого себя. В процессе своей творчески и эстетически ориентированной деятельности человек находит свой «способ бытования» (Lola, 2011, 8). Творчество самого дизайнера неразрывно связано с его личностным восприятием и эстетическим переживанием действительности, осознанным или подсознательным анализом социальных проблем и противоречий. В его творениях может раскрываться его видение окружающего его мира или, напротив, он получает возможность уйти от различного рода социально-культурных проблем и противоречий, скрыть свое лицо за некой стилистической направленностью созданного им образа. И в то же время вещный мир может рассказать о своем творце гораздо более, чем сам человек может рассказать о себе, поскольку сама форма вещи часто становится воплощением и носителем особого эмоционально-духовного содержания.

Недосказанность и ассоциативность флористического материала позволяет вызвать творческую активность созерцателя, заставить его сопереживать, осмысливать тему, позволяет почувствовать образный строй работы, ее символизм. Творческий процесс осознания и переработки материала, его новизна может быть скрыта в необычном и непривычном флористическом и природном материале. Таким образом, эстетически организованное средствами флористического дизайна пространство не только позволяет творчески ощутить полноту жизни, но и способствует развитию коммуникативной ситуации, где можно проследить социально-психологические особенности быта, образа жизни, ценностные ориентации определенной социальной группы. Посредством выразительных возможностей материала, таких как фактура, цвет, свет и т. п. дизайнер может создавать особое эмоционально-чувственное состояние, а также побуждать к самовыражению и творчеству, расшатывая привычные шаблоны и схемы обыденного восприятия.

Эстетическое переживание выступает как необходимое условие поиска смыслового пространства жилой среды, где могут реализовать себя эстетические идеалы, мечты и ожидания. Современное жилое пространство может вместить в себя все многообразие современного мира, и в то же время ассоциации с растениями и цветами были сформированы в течение многих веков. В сознании современного человека они также закреплены за определенными темами и сюжетами. Люди всякий раз искали в цветах некий «духовный смысл» и каждый цветок имеет в жизни общества свою длинную, драматичную, иногда противоречивую историю (Basmanova, 2010). Современные исследователи отмечают, что в настоящем восприятие цветов значительно грубее, оно утрачивает свою философичность, многозначительность, однако в современной практике флористического дизайна флористические композиции могут значительно изменять пространство и исправлять его дефекты.

Объекты флористики и флористического дизайна представляют собой концептуальное единство природного и рукотворного, которое учитывает особенности индивидуального вкуса, личностных особенностей и пожеланий, именно поэтому они способны открыть душу того, для кого они предназначены. Благодаря флористическим инсталляциям самый простой или скромный интерьер может неузнаваемо преобразиться в интересный для прочтения, интерпретации текст. Флористика превращается в искусство общения с цветами, обращенное к чувствам и эмоциям человека. В своем творчестве флорист опирается не только на эстетический и художественный вкус, знание особенностей растительных материалов, актуальных направлений, тенденций, трендов и культурных традиций, но и на систему культурных ценностей, предпочтений, этикета, поведенческих норм. Гармония созданной им композиции выражает естественное единство человека и природы, причастность к природным циклам и изменениям, происходящим в природе.

Современная флористика включает в себя традиции европейской цветочной аранжировки: английской, французской, немецкой, голландской, скандинавской и т. д., а также наследие восточных искусств составления цветочных композиций.

Она актуализирует внимание к повседневному как привычному и близкому и стимулирует потребность в содержательном изменении формотворчества от официального к повседневному, от строгих функциональных форм в дизайне одежды, интерьере к формам привлекательно-соблазняющим. Посредством флористического наполнения восприятие жилого пространства меняется в сторону повседневного как комфортного.

В настоящее время прослеживается стремление к проектным решениям пространства повседневности, соответствующим функциональному принципу, который предполагает пересечение официального и частного, взаимопроникновение общественно-деловой, художественно-культурной и повседневной сфер. И здесь пространство интерьера может быть организовано всего одним элементом — флористической композицией, которая привлечет взгляды и обратит на себя внимание, связав в гармоничное единство все предметы обстановки, несмотря на то, что она, по сути, является дополнительной и второстепенной по отношению к общему решению интерьера. Современное жилое пространство может также принимать вид функционального зонирования, где, к примеру, одно помещение естественно «перетекает» в другое, без всяких дверей, условно выделяясь широкими проемами, расстановкой мебели или внутренними перегородками, которые также все чаще заменяются зонами зимних садов, зелеными зонами, живыми шпалерами, инсталляциями из камня или песка с включением в них света и воды, а кроме того, это может сопровождаться определенными звуковыми и ольфакторными впечатлениями, ощутимым микроклиматом, например, прохладой. Цвета природных материалов изменяют ощущение высоты, формы, объема пространства. Например, масштабность «живых» шпалер может внушать величие или, напротив, чувство уюта и комфорта, которые соизмеримы с самим человеком.

Основными элементами современного интерьера, несомненно, являются мебель, оборудование, система освещения — естественного и искусственного, предметы декоративного убранства. Вместе с тем в пространство повседневности стремительно интегрируются достижения информационных

технологий, и в настоящее время они уже воспринимаются на уровне привычного и обыденного. Проекты «умных домов» давно стали реальностью, в которой возможно моделировать не только физические изменения среды, но изменять ее физические параметры и эстетические характеристики, и даже поддерживать связь с другими «умными домами» в единой коммуникационной системе. Концепция такого «дома» предполагает не только вариативность среды, которая адаптирует свои параметры, реагируя на изменение внешней среды, но и «рефлексирует» на психофизические параметры своих владельцев, оказывает на них влияние. Таким образом, оформление интерьера — это всегда очень интересная, ответственная и сложная задача, где дизайнеру необходимо очень внимательно и требовательно относиться к своей работе, особенно если она из флористического материала. Успех оформления любого интерьера зависит от того, насколько индивидуально решается вопрос с использованием различных декоративных элементов, и в то же время дизайнер придерживается определенных устоявшихся правил и канонов, следует модным тенденциям. Работы из флористических материалов должны гармонично входить в интерьер, создавать с ним единый ансамбль, общее стилевое решение, конкретную архитектурно-пространственную среду, цветовую, фактурную перекличку, уважение к историческому стилю, учитывать характерные особенности — все это определяет его общее художественное решение.

Таким образом, проблемы соотношения и взаимодействия естественной и искусственной среды актуализируют различные аспекты средового проектирования, которые соответствуют в дизайн-проектах системе природа—человек—вещь. При этом они акцентируют проблемы ответственности и духовной зрелости человека-творца в условиях современного общества потребления. Эстетизация повседневного пространства жилой среды посредством обращения к природным образам и материалам является результатом осмысления возможности достижения гармонии между человеком и природой. В поиске утраченной целостности внешнего и внутреннего мира человека, она становится актуальным средством восстановления психоэмоционального пространства личности.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что флористический дизайн является одной из современных форм философского и эстетического осмысления вхождения образа природы в повседневную среду. Флористика как направление декоративно-прикладного искусства, участвуя в концепциях дизайна пространственной среды, придает им экологическое и нравственное измерение. В своей эстетической практике флористика и флористический дизайн используют живые растения и природные материалы как часть природы, которая, не являясь частью художественной традиции, всегда вписана в определенный культурный контекст, поскольку отношение к цветам всегда было насыщено культурными, эстетическими и порой мистическими смыслами. Цветы олицетворяли связь человека с миром прекрасного, служили источником вдохновения и душевного равновесия. Внесение растительных элементов в пространство жилой среды решает такие задачи, как приведение к общему знаменателю утилитарных и эстетических принципов, гармонизации и улучшения качественных характеристик жилой среды, цветовых решений, ольфакторных характеристик, психоэмоционального состояния человека. Цветочные ароматы, запахи свежести и природной чистоты также несут в себе символическую содержательность, дополняя те эстетические впечатления, которые человек получает через зрение, слух, и ассоциируются, согласно культурным традициям, с образом райского сада.

Таким образом, в настоящее время отношение человека к окружающей среде как совокупности биологических, социальных, экономических, политических, культурных условий человеческого существования существенно актуализируется. Такое сознательное соизмерение искусственно созданной среды с законами природы и экологического равновесия воплощается в современных концепциях формирования предметной среды повседневности. Современные концепции интерьера предполагают четко структурированное модульное жилое пространство как концептуальную метафору того, как природные материалы, технологии и пространство могут действовать сообща. Они могут быть согласованы с эстетическими переживаниями, соответствовать определенному качеству жизни

и следовать условиям снижения негативного влияния воздействий человека на окружающую среду. Однако здесь также нельзя не заметить, как «индустрия потребления» интерьера с его серийными, типовыми образцами проектов, обстановки, бытовых приборов и мелочей «наступает» на особенный, уникальный микромир самого человека, поглощая его серийным комфортом и стирая его уникальность. Дизайнер-флорист может балансировать на тонкой грани, разделяющей настоящее и будущее, типовое и уникальное, личное.

В культуре повседневности формируется более сложное и многомерное отношение к окружающей среде как совокупности биологических, социальных, экономических, политических, культурных условий человеческого существования. Особое внимание здесь уделяется сфере конструирования человеком смыслового пространства, в котором формируются особые личностные смыслы, воплощаемые во внешнем образе, окружающей вещной среде и общем стиле жизни. Существование современного человека в условиях техногенной цивилизации ставит и последовательно решает проблемы соотношения природы и общества, человеческого и экологического измерения, требуя постоянного внимания к происходящим изменениям.

REFERENCES

- Basmanova, E. (2010). *“And Flora dropped a flower for them...”: floral traditions and floral etiquette in the private and public life of Russia in the 18th — early 20th century*. Moscow: Novyy khronograf Publ. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2000). *Symbolic exchange and death*. Rus. Ed. Moscow: Dobrosvet Publ. (In Russian).
- Lola, G. (2011). *Design code: culture of creativity*. Rus. Ed. St. Petersburg: Elmor Publ. (In Russian).
- Suvorov, N. (2018). *Imaginary as a phenomenon of culture*. St. Petersburg: SPbGIK Publ. (In Russian).