

Научная статья
УДК 7.01+7.045+747.012



Сьюзен Лангер об эстетике художественных символов: влияние на дизайн ресторанного пространства

Чжу Чуаньхуа

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
st108334@student.spbu.ru*

Аннотация: В статье проводится анализ эстетики художественных символов Сьюзан Лангер, рассматривается «теория художественной иллюзии» как основные концепты эстетической системы этого автора. Результаты анализа показывают, что художественные символы играют важную роль в тематике и формообразовании визуального оформления пространств общественного питания. Иллюзия пространства как особый символический язык превращает ресторанный интерьер из обычного функционального пространства в пространство символическое.

Ключевые слова: Сьюзан Лангер, художественный символ, теория художественной иллюзии, дизайн пространства, ресторан

Для цитирования: Чжу Чуаньхуа. Сьюзен Лангер об эстетике художественных символов: влияние на дизайн ресторанного пространства // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 9 (890). С. 166–171.

Original article

The Inspirations of Susan Lang's Aesthetic Ideas of Art Symbols on Restaurant Space Design

Zhu Chuanhua

*St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
st108334@student.spbu.ru*

Abstract. The article provides an analysis of Susan Langer's aesthetics of artistic symbols, examining the "theory of artistic illusion" as the main concepts of this author's aesthetic system. The results show that artistic symbols play an important role in the theme and shape of visual design of catering spaces. The author argues that the illusion of space as a special symbolic language transforms the restaurant interior from an ordinary functional space into a symbolic space.

Keywords: Susan Langer, artistic symbol, theory of artistic illusion, spatial design, restaurant

For citation: Zhu Chuanhua (2024). The Inspirations of Susan Lang's Aesthetic Ideas of Art Symbols on Restaurant Space Design. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 9(890), 166–171. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

«Сьюзен Катерина Лангер (1895–1985) – выдающийся американский философ, эстетик и семиотик XX века, которую, наряду с Эрнстом Кассирером, принято считать одним из пионеров символической эстетики»¹ [沙凯, 2014, с. 1]. Находясь под влиянием философии культурных символов Кассирера, Лангер полагала, что искусство является самостоятельной символической вселенной. В середине XX века Лангер впервые выдвинула гипотезу о символической природе искусства: «искусство – это творение символической формы человеческих эмоций» [прив. по: 苏珊·朗格, 1986, с. 12].

«Теория художественной иллюзии» является неотъемлемой частью теории символической эстетики искусства Лангер. В рамках этой теории искусство рассматривается семиотическим путем.

В современных дискуссиях о теории и методологии художественных иллюзий всё реже рассматривают трансформацию свойств одного и того же пространства, вызванную иллюзией, также пренебрегают необходимостью иллюзии в пределах физического пространства. Чтобы восполнить досадный пробел, автор данной статьи подробно анализирует «теорию художественной иллюзии» Лангер, изложенную в работе «Чувство и форма», и в особенности эстетику «пластических художественных символов», а также исследует, какое влияние художественные символы оказывают на тематику и формообразование в визуальном оформлении ресторанного пространства. Автор статьи показывает, что иллюзия пространства как особый символический язык превращает ресторанный интерьер из обычного функционального в символическое пространство.

Актуальность исследования определяется необходимостью полного изучения и описания средств и способов конструирования иллюзии пространства. Она часто зиждется на художественных символах и оказывает сильное эмоциональное воздействие на людей.

РАЗЪЯСНЕНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЫСЛИ СЬУЗЕН ЛАНГЕР О ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СИМВОЛАХ

В своей работе «Чувство и форма» (1953) Лангер утверждает, что «нечто становится образом, когда предстает нашему взгляду в чисто визуальной форме, то есть не как объект местного и практического значения. Если мы воспринимаем нечто как полностью визуальную вещь, мы абстрагируем его внешний вид от его материального существования.

¹Эд. и далее перевод наш. – Ч. Ч.

То, что мы видим, таким образом, становится просто предметом видения – формой, образом» [Langer, 1953, с. 47]. «Эта форма – иллюзия, чистое визуальное пространство, созданное художником и оторванное от реальности» [цит. по: 房昱辛, 2014, с. 42]. Символы или «образы» (images) на самом деле относятся к восприятию как к материализованной проекции. Художник проецирует на холст, музыку, литературу и другие виды искусства своих собственных творений, внутренних мыслей, эмоций или понимания и интерпретации мира, чтобы сформировать образы или ситуации, которые могут тронуть сердца зрителей. Это абстрактный процесс разработки художником конкретных художественных форм в ответ на эмоциональное воздействие.

Искусство как важный канал выражения и передачи идей и чувств способно представлять концепции в формах, насыщенных выразительностью. Но, «пространство, в котором мы живем и действуем, вовсе не то, что обрабатывается в искусстве» [Langer, 1953, с. 72]. Например, нарисованное пространство – это иллюзия, которая опирается исключительно на визуальное восприятие, создавая иллюзорное ощущение трехмерного пространства с помощью форм и цветов (яркий пример – литографии «Восхождение и спуск» и «Водопад» Маурица Эшера). Оно отличается от пространства реальной жизни или от других сенсорных ощущений. «Это виртуальное пространство является основной иллюзией (primary illusion) всего пластического искусства» [там же].

В теории Лангер «иллюзия» является основанием для классификации художественных символов. Например, основная иллюзия живописи, скульптуры и архитектуры – это «иллюзорное пространство», основная иллюзия музыки – «иллюзорное время». Таким образом, каждый тип художественного символа имеет свою уникальную внешнюю форму выражения и внутреннее символическое значение. «Так же, как у нас нет никакого фиксированного значения художественного символа, так же у нас нет и единственной модели для значений символов» [Langer, 1930, с. 134]. Сказанное Сьюзен Катериной Лангер означает, что значение и форма выражения любого художественного символа являются свободными, однако можно выразить абстрактное значение художественного символа через определенную логику и порядок.

Помимо «основной иллюзии», в теоретической системе Лангер в различных видах изобразительного искусства существует также «вторичная иллюзия» (secondary illusions). С одной стороны, она относится к внешнему виду вещей. «Они принадлежат тому виртуальному пространству,

которое, как я верю, является первым творением в пластическом искусстве — основной иллюзией, в которой все гармоничные формы существуют как вторичные иллюзии, созданные символы для выражения чувств и эмоций» [Langer 1953, с. 75]. Трактовка вторичных иллюзий, которой придерживается Лангер, сходна с их толкованием в психологии или философии, где вторичные иллюзии обычно являются инстинктивной реакцией на воспринимаемые или ощущаемые вещи и могут вызывать колебания эмоций. С другой стороны, Лангер убеждена: «тот факт, что основная иллюзия одного искусства может появиться, словно эхо, в качестве вторичной иллюзии в другом, дает нам намек на основное единство всех искусств» [там же, с. 118]. То есть различные типы художественных символов могут превысить собственную «основную иллюзию», тем самым создавая множественные художественные иллюзии и достигая перехода между «основной иллюзией» и «вторичной иллюзией». Например, в искусстве живописи существуют «иллюзии времени», а в искусстве музыки — «иллюзии пространства». Причем «основная» и «вторичная иллюзия» наделены единой природой.

Поговорим подробнее о «пластических художественных символах». Согласно Лангер, «цель всего пластического искусства — сформулировать визуальную форму и представить эту форму — такое непосредственное выражение человеческих чувств» [Langer, 1953, с. 71]. Пластическое искусство (Plastic Art) — это искусство, постоянно создающее визуально-выразительные пространственные символы. Однако «иллюзорное пространство», создаваемое видами пластического искусства, должно пониматься не в качестве части какого-либо пространства, но — в качестве независимой и целостной систематизированной пространственности. Например, Лангер пишет, что «архитектура является пластическим искусством, и ее первое достижение всегда, неосознанно и неизбежно, является иллюзией; нечто чисто воображаемое или концептуальное, переведенное в визуальные впечатления» [там же, с. 94]. Архитектура как иллюзорная сущность, прежде всего, обретает систематизированное пространство иллюзии. Подобно «архитектуре», пространство ресторана является выражением пластического искусства, это независимый и свободный чувственный пространственный мир. Тем не менее «художественную иллюзию» в пространстве ресторана часто упускают из виду. Стремясь удовлетворить «потребности практического значения», дизайнеры большинства ресторанных пространств в первую очередь думают о функциональности.

ВЛИЯНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СИМВОЛОВ НА ДИЗАЙН РЕСТОРАННОГО ПРОСТРАНСТВА

«Теория художественных иллюзий» Лангер может послужить фундаментом для анализа ресторанного пространства с опорой преимущественно на различия между художественными символами, а также на построение пространства на базе «основной иллюзии» и «вторичной иллюзии». Художественный символ по своей природе не является дедуктивным. Поэтому он представляет волю к самовыражению, исходящую изнутри наружу (а не снаружи вовнутрь). Как носитель ценности «иллюзии пространства» художественный символ не только является воплощением внутреннего сознания художника, но и отражает слияние формы и эмоций.

Процесс создания «художественной иллюзии» в пространстве ресторана можно рассматривать как «эстетическую перестройку» пластического искусства, то есть использование формообразующей функции художественных символов для создания основной иллюзии пластического искусства в пространстве. Рассмотрим следующий пример: тематический ресторан Koï в Санкт-Петербурге — современный азиатский ресторан от успешного шеф-повара Антонио Фреза в «Доме 12» на острове Новая Голландия (рис. 1)¹. Дизайн интерьера разрабатывал римский дизайнер Фабио Бронда (Marso Polo, Fresa's). Основной акцент в интерьере сделан на татуированную статую, дополняют декор заведения азиатские маски, комоды-шкапулки с восточными мотивами и японские люстры. На входе висят афиши в азиатском стиле — чтобы гости сразу считали стилистику ресторана, «основную иллюзию» пространства. В центре ресторанного зала, прямо на столе, установлена массивная разукрашенная статуя (по форме она копирует «Дискобол» Мирона — одну из наиболее прославленных статуй Античности). Стены украшают странные керамические маски, изображающие персонажей японского фольклора и т. д. В ресторане Koï внутреннее символическое значение таких художественных символов создает «вторичную иллюзию» пространства и уникальную форму визуального представления. Пространство наполнено атмосферой востока — сочетает художественные культурные элементы Японии, Китая и Тайваня. На наш взгляд, это и есть «иллюзорное пространство», сообразное теории арт-иллюзии Лангер.

Художественные символы позволяют человеку увидеть сущность сквозь явления, акцентируя внимание на более глубоком выражении эстетической

¹Источники: фотографии автора (2024).

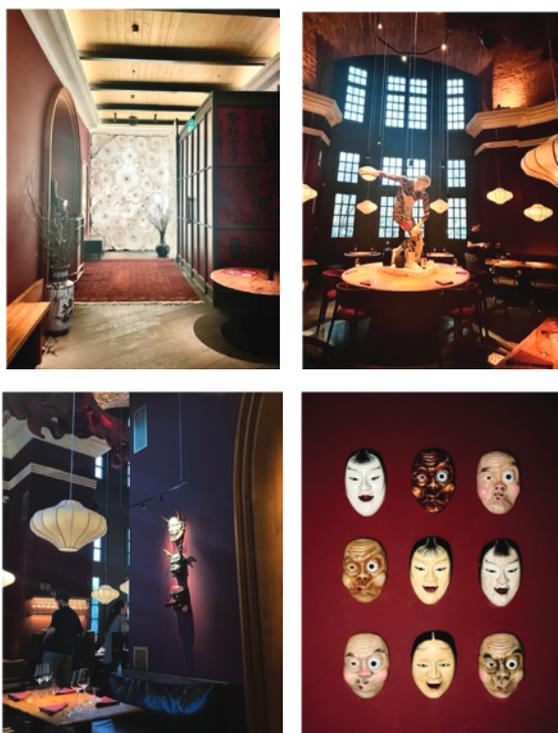


Рис. 1. Ресторан Koi в Санкт-Петербурге (Россия)

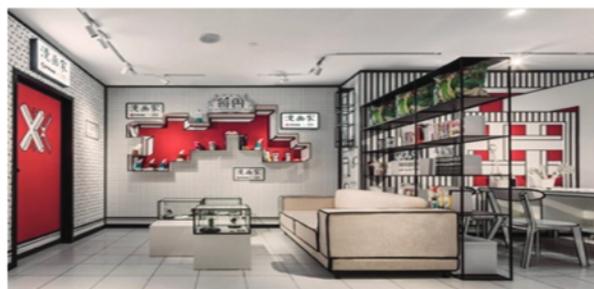


Рис. 2. Ресторан Cartoonist в Ханчжоу (Китай)

образности. Рассмотрим, например, тематический ресторан «Cartoonist» расположенный в городе Ханчжоу в Китае (рис. 2)¹. Дизайн интерьера разработала компания «Hello Design Studio» в 2018 году. В ресторане используются художественные символы из комиксов для создания «пространственной иллюзии», превращая обыденное пространство в символическое. Входная ресторана, напоминающая дупло в дереве, символизирует врата времени и пространства между реальным миром и миром комиксов. Иллюзорное и реальное эстетическое выражение пластических художественных символов в ресторане позволяет относительно легко воспринимать пространственную иллюзию. С другой стороны, извлечение и перестройка порядка художественных символов, таких как темы, стили и цвета из комиксов, создают уникальную атмосферу пространства, придавая трехмерному пространству ресторана двумерные характеристики. Существование этого «иллюзорного пространства» на основе физического пространства предоставляет новые возможности для совместного развития художественных символов и пространственной иллюзии. Как указывает Лангер, «будь то двумерное или трехмерное [пространство], оно непрерывно во всех возможных направлениях и бесконечно пластично» [Langer, 1953, с. 75].

Любой художественный символ неизбежно проходит этап «ре-контекстуализации» в процессе использования. Чаще всего она проявляется в пространстве как «вторичная иллюзия». Рассмотрим, например, дизайн ресторана в испанском стиле Тара Тара, расположенного в городе Шанхай в Китае (рис. 3)². Ресторан с дизайн-концепцией «Эхо моря» разработала компания CROX в 2021 году.

¹Источник: <https://www.goood.cn/cartoonist-hangzhou-china-hello-design-studio.htm>.

²Источник: <https://www.goood.cn/tapa-tapa-spanish-restaurant-shanghai-by-crox.htm>.



Рис. 3. Ресторан Тара Тара в Шанхае (Китай)

Дизайн основан на естественной форме водоворота. Использование разнообразных материалов и различных символических элементов усиливает «пространственную иллюзию» ресторана. Согласно теории Лангер, искусство передает абстрактные идеи и чувства через использование символов. В дизайне данного ресторана специально выбраны связанные с морем художественные символы, они призваны вызвать ассоциации с морем. Эти символы создают «основные иллюзии», визуальные и слуховые элементы, которые трансформируются во «вторичные иллюзии», описанные Лангер. Они превращают дизайн ресторана из простого практического пространства в комплексное художественное произведение. Также стимулируют воображение людей и предоставляют глубокое духовное удовольствие, превышающее визуальное и чувственное наслаждение.

Из анализа «теории художественной иллюзии» Лангер и разобранных дизайн-решений ресторанов несложно заметить, что влияние, которое художественные символы оказывают на пространство ресторана, проявляется главным образом на двух уровнях. Во-первых, формирование тематики пространства. Клайв Белл отмечает, что «в разных произведениях линии и цвета, организованные определенным специфическим образом в форму или в отношения между формами, пробуждают в нас эстетические чувства. Эти связи и сочетания линий, цветов, эти эстетически трогательные формы, я называю “значимыми формами”» [克莱夫·贝尔, 2015, с. 4]. Художники часто выбирают «значащие формы» и смело выходят за рамки традиционных дизайнерских шаблонов, включая в процесс создания пространства художественные символы с нарративной функцией для раскрытия темы пространства (например, тематического ресторана Koi). Во-вторых, – создание визуальной эстетики пространства. Дизайнеры могут интерпретировать концептуальные выражения и абстрактные ценности художественного символа в ресторанном пространстве с эстетической точки зрения, что позволяет провести визуальную перестройку иллюзии пространства (как в ресторанах Cartoonist или Tapa Tapa). Кроме того, стимуляция других органов чувств, включая слух, вкус и обоняние, может помочь создать полную и богатую пространственную иллюзию.

ПРЕВРАЩЕНИЯ ИНТЕРЬЕРА ИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В СИМВОЛИЧЕСКОЕ

«Пространственная иллюзия» как режим представления художественных символов наполняет сцены

(«основное иллюзии») и атмосферу («вторичное иллюзии») в пространстве ресторана глубоким культурным содержанием и пространственной атмосферой. «Вторичное иллюзии» не так легко узнать, как «основное иллюзии», однако они могут эстетически преобразить пространство и наполнить его новым смыслом. Например, в ресторанах приятная музыка улучшает атмосферу пространства, однако эта музыка представляет вид искусства, художественным материалом которого является звук, а не изображение. В таких разных по стилю заведениях, как рестораны Koi, Cartoonist и Tapa Tapa, «вторичные иллюзии» пространства создаются художественными символами. Визуальные характеристики этих художественных символов в пространстве ресторана можно свести к следующим пяти особенностям: целостность, разнообразие, выразительность, символичность и восприимчивость. Целостность художественных символов тесно связана с представлением темы пространства. Разнообразие, выразительность и символичность являются ключевыми в создании «пространственной иллюзии». Восприимчивость достигается за счет стимуляции восприятия зрительными эффектами пространства, вызывая у людей определенные воспоминания и эстетические представления.

По мнению Лангер, элементы, вызывающие художественную иллюзию в пространстве, обладают внешней визуальной привлекательностью и внутренней символикой (создают репрезентацию пространства и символику пространства). Суть трансформации пространственных свойств из функционального пространства в символическое заключается в придании пространству новых смыслов посредством выражения художественных символов. А символический подход позволяет выразить «невидимые» абстрактные понятия с помощью «видимых» культурных символов. То есть художники используют «символический подход» создания «иллюзии пространства», тем самым достигая изменения пространственных свойств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, на основе систематического анализа эстетической концепции символов искусства Лангер можно сделать следующие выводы: во-первых, Лангер с ее концепцией «основной иллюзии» предоставляет важную теоретическую рамку для определения и различения разных типов художественных символов. Введенная Лангер теория «вторичной иллюзии» не только углубляет наше понимание различных символов искусства в пространстве, но также открывает нам новые возможности для исследования отношений между

функциональным пространством и символическим пространством. Эти теоретические построения, с одной стороны, расширяют перспективы исследования теории художественной иллюзии Лангер, с другой – предлагают новые методы исследования для изучения проблемы трансформации пространственных свойств.

Во-вторых, «теория художественной иллюзии» и «пластический художественный символ» как уникальные категории в эстетике художественных символов Лангер оказывают значительное влияние на построение иллюзии в пространстве ресторана:

а) обеспечивается слияние визуальной эстетики

с художественными символами; б) раскрывается особая роль художественных символов в ресторанном пространстве, их эмоциональная, структурная и эстетическая функции; в) теория Лангера способствует однородному развитию художественных символов и формированию тематики ресторанного пространства на эстетическом уровне. Кроме того, исследование идеологии и метафизического внутреннего потенциала художественных символов воплощает в себе дух слияния философии и искусства, а также привносит новое в практическое развитие и теоретическое исследование дизайна ресторанных пространств.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. 沙凯. 苏珊·朗格符号理论研究[D]. 南京师范大学博士学位论文. 2014年. = Ша Кай. Исследование теории сигнификации Сьюзен Лангер: дис. докт. н. Нанкинский педагогический университет. 2014.
2. 苏珊·朗格, 情感与形式. 刘大基、傅志强、周发祥译. 北京: 中国社会科学出版社. 1986年. = Langer S. K. Чувство и форма / перевод Лю Дачжи, Фу Чжицян, Чжоу Факсян. Пекин: Издательство общественных наук Китая, 1986.
3. Langer S. K. *Feeling and Form: A Theory of Art. Developed from Philosophy in a New Key*. New York: Charles Scribner's Sons, 1953.
4. 房昱辛. 《情感与形式》中的艺术空间理论研究[D]. 山东大学硕士学位论文. 2014年. = Фан Юйсинь. Исследование теории художественного пространства в работе «Чувство и форма»: маг. дис. Шаньдунский университет. 2014.
5. Langer S. K. *The Practice of Philosophy*. New York: Henry Holt and Company, 1930.
6. 克莱夫·贝尔, 《艺术》. 马钟元、周金环译. 中国文联出版公司中文版. 2015年. = Клайв Белл. Искусство. Перевод Ма Чжунъюаня и Чжоу Цзиньхуаня. Издательство ВАРЛИ, китайское издание. 2015.

REFERENCES

1. 沙凯. 苏珊·朗格符号理论研究[D]. 南京师范大学博士学位论文. 2014年. = Sha Kai (2014). A study of Susan Lange's theory of signification. Doctoral dissertation. Nanjing Normal University. (In Chinese)
2. Langer, S. K. *Feeling and Form*. Translated by Liu Daji, Fu Zhiqiang, Zhou Faxiang. Beijing: Social Science Publishing House of China. (In Chinese)
3. Langer, S. K. (1953). *Feeling and Form: A Theory of Art. Developed from Philosophy in a New Key*. New York: Charles Scribner's Sons.
4. 房昱辛. 《情感与形式》中的艺术空间理论研究[D]. 山东大学硕士学位论文. 2014年. = Fang Yuxin (2014). Research on the theory of artistic space in emotion and form. Master's thesis. Shandong University. (In Chinese)
5. Langer, S. K. (1930). *The Practice of Philosophy*. New York: Henry Holt and Company.
6. Bell, C. (2015). *Art*. Translated by Ma Zhongyuan and Zhou Jinhuan. China Federation of Literature and Art Publishers, Chinese edition. (In Chinese)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Чжу Чуаньхуа

аспирант кафедры культурологии, эстетики, философии культуры
Санкт-Петербургского государственного университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Zhu Chuanhua

Postgraduate Student, Department of Cultural Studies, Aesthetics, Philosophy of Culture
Saint Petersburg State University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

15.03.2024
19.06.2024
24.06.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication