ШТУДИИ

DOI 10.37386/2305-4077-2024-2-239-249

Чжу Чуаньхуа[1]

Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург)

ТРАДИЦИОННЫЕ СИМВОЛЫ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ: ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРОСТРАНСТВА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В статье прослеживается, как декоративность традиционных культурных символов в оформлении пространства общественного питания постепенно приобретает диверсифицированные характеристики. Анализ трех стилей общественных пространств питания предпринят с целью выявить особенности использования ряда традиционных символов национальной культуры Китая. При этом анализируются их собственные ценность и «метафорическое» значение, реконструируется эстетика пространства общественного питания, в котором реализуются перцептивные и эмпирические потребности людей.

Ключевые слова: аллегория, дизайн ресторанного пространства, культурные символы, перцептивный опыт, пространственная эстетика, символ

Zhu Chuanhua

Saint Petersburg University (Saint-Petersburg)

TRADITIONAL CULTURE SYMBOLS OF CHINESE: IMPORTANCE FOR CATERING SPACE

The article traces how the decorative nature of traditional cultural symbols in the design of public dining spaces gradually acquires diversified *characteristics*. This article deeply analyzes three styles of public catering spaces, to reveal the characteristics of using a number of traditional symbols in Chinese national culture. It analyzes the intrinsic value and “metaphorical” meaning, reconstructs the aesthetics of public catering space, realizes the perceptual and experiential needs of people at the spiritual level.

Keywords: allegory, catering space, cultural symbols, perceptual experience, spatial aesthetics, symbols

Ценность традиционных культурных символов в пространстве общественного питания

Семиотика возникла на основе западной академической системы, где главным является изучение природы символов, их смыслов и связей с деятельностью человека. Символы традиционной культуры, являясь важной частью культурного наследия, способны сохранять свои особенности в условиях разнообразия культур.

[1] Чжу Чуаньхуа – аспирант института философии, Санкт-Петербургский государственный университет. E-mail: st108334@student.spbu.ru.

Традиционные культурные символы обычно выражаются в знаках, архитектуре, искусстве, костюмах, картинах, музыкальных инструментах, каллиграфии и т. д.

Американский философ Сьюзен Лангер[2] использовала термин «выразительная форма» (expressive form) для описания художественных символов. В одной из своих книг она отмечает: «… символичность формы, функции и коннотации растворяются в опыте, т. е. в восприятии красоты и интуиции смысла» [Лангер, 1983, с. 32]. А Т. В. Лазутина считает, что «в орнаментальном творчестве содержатся, обусловливая и дополняя друг друга, так называемые символы “изображения”, которые направлены на создание образа предметов объективной реальности, и символы “выражения”, отражающие динамику переходов чувств и переживаний познающего мир субъекта, в свою очередь условно разграничивающиеся на “эмоциональную” (психологическую и религиозную) и “рациональную” символику (комплекс философских, этических, эстетических символов)» [Лазутина, 2015, с. 208]. Традиционные символы китайской культуры в оформлении пространств общественного питания выполняют художественно-декоративную функцию и несут эстетический подтекст. Например, дракон, как тотем, являющийся одним из наиболее репрезентативных символов (благопожелательный символ) китайской культуры, обычно олицетворяющий власть, может использоваться в качестве декоративного элемента в дизайне пространств (рис. 1).

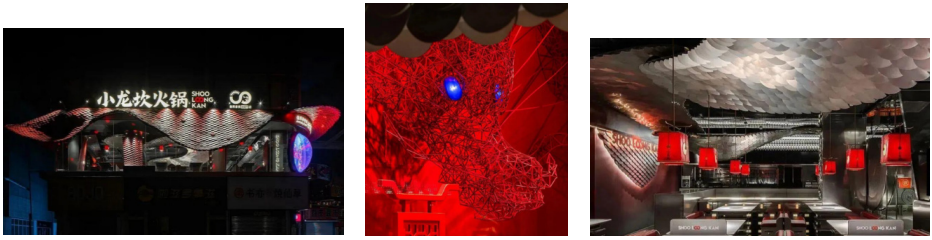

Рис. 1. Ресторан Сяолункан Хого в Чэнду (Китай, 2021).
Источники: http://dg.canyingji.com/News/page_9_10_729_5.html

В дизайне пространства для «Сяолункан Хого» используются традиционные символы, связанные с «драконом», пространство индивидуализируется и с помощью дизайнерских приемов «деконструкции» и «конструирования» воздействует визуально. Пространство, включающее в себя такие символические элементы, как «чешуя дракона» и «красные фонари», устанавливает связь между «древним» и «современным». Красный цвет (в Китае красный цвет символизирует благоприятствование, счастье и жизненную силу) – молодежный стиль. Главный элемент дизайна – художественная инсталляция «голова дракона». Художник с помощью дизайна (цветы, узоры, украшения), музыки и т.д. создал уникальную атмосферу традиционной китайской культуры, обеспечивая посе-

[2] Сьюзен Лангер (18951985 гг.) – ведущий американский философ, художник-эстетик и семиотик XX века; вместе Джеймсом Кэхиллом, является одним из пионеров развития символической эстетики.

тителям уникальный опыт. Традиционные культурные символы в пространстве ресторана создают эстетический подтекст. Кроме того, уникальность культурных характеристик, создав конкурентное преимущество, может помочь привлечь клиентов.

Но, в реальности интеграция традиционных символов культуры и пространства общепита поверхностна и не имеет глубокой логики пространственного проектирования. Как отмечают Цзэн Гоцзюнь и Ву Янкэ, «большая часть культурной продукции осуществляется в форме знаков, клиенты лучше воспринимают символы и испытывают определенную эмпатию во время короткого процесса приема пищи, но глубокого смысла в них не чувствуется» [Цзэн Гоцзюнь и Ву Янкэ, 2015, с. 90].

Итак, научная новизна работы состоит в уточнении художественной ценности «традиционных культурных символов в оформлении пространств общественного питания» и выявлении сущности традиционных культурных символов в рамках данного модуса.

Главное направление дизайна и культурное самовыражение в пространстве общественного питания

В пространствах общественного питания традиционные культурные символы – носители комплексного искусства в пространстве, передающие информационную ценность культуры в пространстве интерьера. А само пространство – «формальный носитель», средство перцептивного познания человеком внешних вещей.

Л. Т. Сидорчукова считает, что для художника «важна не столько попытка обращения к традиционному символу, сколько возможность актуально представить символ как акт непосредственного переживания, как мост, соединяющий разные планы бытия» [Сидорчукова, 2019, с. 135]. Эстетическое выражение в пространстве общественного питания осуществляется через художественное создание традиционных культурных символов.

Использование традиционных культурных символов в пространстве общественного питания может быть прямым и косвенным. Прямое – «культурное воспроизводство», которое добавляет тематический и визуальный интерес к пространству общественного питания, демонстрируя тем самым уникальные культурные атрибуты и практическую ценность (см. примеры 1 и 2). Косвенное – «культурная метафора», главным образом в технической обработке дизайнером традиционных культурных символов (например, подбор цвета, совершенствование текстуры, интеграция линий, реконструкция узора, дизайн мягкого декора и т. д.), структурирование пространства общественного питания с уникальной экспрессией и эстетическим опытом (см. пример 3). Это позволяет людям получить новый эстетический опыт пространственного представления через «зрение» и «восприятие».

Пример 1: Рестораны с китайским колоритом.

Наиболее распространенные символы традиционной китайской культуры, как правило, появляются в архитектурных пространствах, выполненных в древних стилях, – павильоны, красные фонари, каменные мосты, каллиграфия, ширмы, каменные львы, птичьи клетки и т. д. Такой стиль архитектурного пространства, получивший общее название «Китайский Стиль», широко используется по всему миру в китайских ресторанах. Например, в знаменитом ресторане в традиционном стиле в Шанхае под названием «Pipa – Двор источника Бронзовый воробей». Общий стиль пространства основан на литературной ретро-атмосфере китайского города на воде Цзяннань, а в качестве декоративных элементов использованы традиционные культурные символы: павильоны, фонари, мосты и реки (рис. 2). В качестве материалов для отделки помещений используются камень, дерево, железо, медь и другие материалы, соответствующие старинному стилю, с теплым освещением и изысканной посудой, чтобы усилить значимость традиционных культурных символов. Эта целостная пространственная культурная трансформация из «функционального» в «искусство» не просто удовлетворяет нужды посетителей, но и придает пространству уникальный символический смысл: эмоциональный резонанс создается вследствие объединения в пространстве жизненного и эстетического опыта.

Рис. 2. Ресторан Pipa – Двор источника Бронзовый воробей, в Шанхае (Китай).
Источники: фотографии автора, 2020.

Пример 2: Рестораны для представителей этнических меньшинств.

В Китае насчитывается 56 этнических групп. Использование традиционных культурных символов китайских этнических меньшинств способствует культурному обмену и получению культурного опыта. Рассмотрим использование традиционных культурных символов китайских этнических меньшинств – уникальной парчи народа туцзя «Силан капу». Этнические ткани и гобелены развешаны прямо на стенах ресторана Nicha[3] Tujia (Пекин, Китай), созданного в 2019 году по проекту Atelier A + для создания уникальной атмосферы (рис. 3). Общий стиль пространства – естественный и простой, в декоре фасада и внутренних помещений широко использован «красный кирпич» – традиционный элемент национального искусства Китая. Естественные линии стен помещения образуют с лампами перекликающиеся точки, линии, поверхности. На стенах

[3] «Нича» на языке диалекта туцзя означает «Привет».

висят портреты женщин Туцзя, написанные абстрактными линиями, они представляют традиционный костюм и головные уборы Туцзя. Такое прямое использование национальных знаков культуры в пространстве позволяет усилить визуальный эффект, что демонстрирует региональные культурные особенности.

Рис. 3. Ресторан Nicha Tujia в Пекине (Китай, 2019).
Источники: https://www.gooood.cn/nicha-tujia-restaurant-by-china-by-atelier-a-be-opposite-architecture.htm

Пример 3: Ресторан в традиционном и современном стиле.

Общее стилевое решение ресторана Dalian Bay Sunrise, в Даляне (Китай) – сочетание современной роскоши и нового китайского стиля с включением традиционных культурных элементов (рис. 4). Например, основной акцент в интерьере сделан на картину – по форме она напоминает висячий (вертикальный) свиток, по содержанию близка к абстракции. Но людей также напоминает монохромный пейзаж тушью в традиционном для Китая стиле шаньшуй (горы-воды), который имеет богатейшее символическое значение – микрокосм и макросы, единство двух начал и т. д. На втором фото тоже интерьер центрирован на достаточно абстрактном солнечном пейзаже (деревце и горные линии), выполненном подсветкой, так что пейзаж имеет смысл светлой надежды и т.д. Если анализировать с точки зрения используемых отделочных материалов, то стены ресторана оформлены в основном настенной плиткой, обоями, металлизированными красками и подвесными декоративными элементами, сочетающими в себе современную роскошь и новые китайские элементы, передающие традиционный культурный подтекст пространства. Для усиления светового эффекта на потолке используются хрустальные люстры, моделирующие светильники, даунлайты, ленты рассеянного света и бра. Этот дизайнерский прием сочетания традиционных символов, современной роскоши и других элементов пространственного оформления усиливает эстетику и ощущение изысканности пространства.

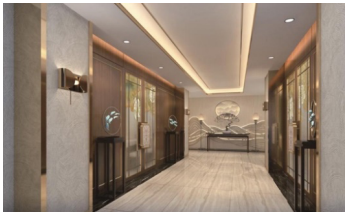

Рис. 4 Ресторан Dalian Bay Sunrise в Даляне (Китай, 2021).
Источники: дизайн-проекты, в которых принимала участие автор, 2021.

Нетрудно заметить, что традиционные культурные символы и элементы, демонстрируемые в пространстве ресторана, как правило, являются продуктами вторичного творчества, которые зачастую обладают большей, чем обычное пространство общественного питания, визуальной ценностью.

С точки зрения пространственной репрезентации подобное «пересоздание» имеет четыре составляющих. Во-первых, территориальность: комплексные характеристики региона, такие, как природная среда, местная культура и обычаи. Во-вторых, воспринимаемость: многомерный интерактивный опыт, такой, как визуальное восприятие пространства, пространственное взаимодействие. В-третьих, сингулярность: индивидуализированное конструирование знаков. например, разработка пространственных тем. В-четвертых, историчность: ностальгия, пробуждение воспоминаний людей через пространственное воспроизведение. Но главная задача – отразить специфику традиционных культурных символов в пространстве общественного питания.

Г. Ф. Терещенко утверждает, что «специфика художественного образа в дизайне заключается в динамике его развития, так как, базируясь на открытиях, изобретениях, дизайн обогащает, меняет или создает новый образ предметно-пространственной среды» [Терещенко, 2016, с. 51]. Поэтому, сочетая с современными эстетическими характеристиками, мы можем рационализировать, использовать абстрактное упрощение, деформировать, использовать повторение и другие формальные средства для создания нового визуального декоративного элемента (рис. 5). Этот процесс художественного выражения «символ – воссоздание – новый символ» является наиболее интуитивным воплощением особых характеристик традиционных культурных символов, способных показать очарование и неповторимый колорит традиционной культуры.

Но при этом необходимо соблюдать следующие принципы проектирования:

а) опирается на фасад, дополняя оформлением пола и потолка;

б) не отрывается от собственных характеристик символов;

в) избегает излишней абстрактности;

г) может быть использован непосредственно в пространстве;

д) обеспечивает гармонию пространственной атмосферы и т. д.

Рис. 5. Схематическое изображение изменений в форме традиционных культурных символов: выбор символов и представление эффектов.

Источники: Гун Цяньвэнь. «Практическое исследование символов чайной культуры Южной Сун в пространственном дизайне» // Магистерская диссертация, Чжэцзянский технологический университет. 2022. С. 73–75.

Декоративное и метафорическое ценностное выражение традиционных культурных символов

Пространство, являясь «формой-средством» передачи традиционных культурных знаков, реализует двустороннее взаимодействие между людьми и символами – от внешнего к внутреннему, от пространства к человеку. Главное – получить традиционный культурный символ (рис. 6), который будет выполнять декоративную функцию. После получения культурно-символического элемента нужно начать с его собственных характеристик, а затем реорганизовать его на материальном и духовном уровнях. Материальный уровень – это, прежде всего, качественная обработка цветов, фактур, стилей, узоров и т. д. с тем, чтобы символы содержали особые культурные коннотации и несли эстетические переживания. А духовный уровень осуществляется главным образом за счет интеграции нарративных, наследственных, метафорических и других элементов, благодаря чему традиционные культурные символы выполняют роль передачи эмоциональных ценностей и восприятия контекста – это также переход от «формы» к «искусству».

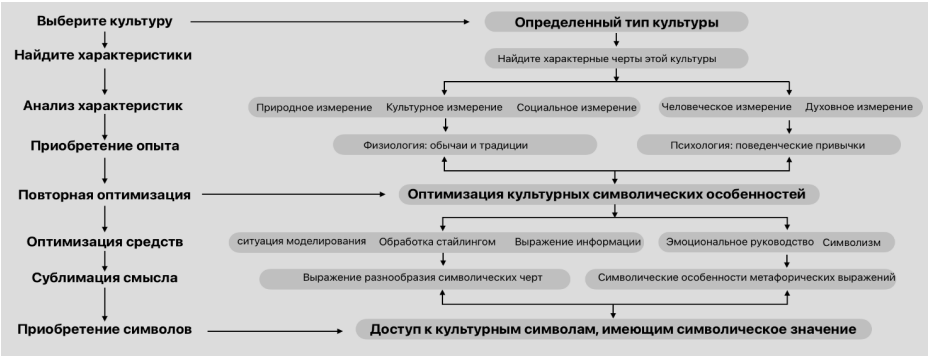

Рис. 6. Получение модели регенерации символов традиционной культуры
Источники: схема автора.

Необходимо реализовать метафорическое ценностное выражение традиционных культурных символов пространства общественного питания. Это значит, что художественная выразительность традиционных культурных символов в пространстве общественного питания могут вызывать у людей особые воспоминания и эстетическое восприятие в процессе трапезы. Эстетика, способна побудить субъекта к самосознательной трансценденции и тем самым к достижению духовной свободы. Иными словами, люди способны осознать ценность духовного измерения, тогда эстетическая ценность традиционных культурных символов реализуется естественным образом. Итак, в данной работе предлагается метод построения эстетики пространства общественного питания на основе реализации перцептивного опыта людей.

В пространстве общественного питания реализация духовных потребностей людей отражается в основном в четырех аспектах: сознании, поведении,

ощущениях и переживаниях. На уровне сознания, дизайнерам нужно обратить внимание на осознание сферы применимости знаков культуры при их использовании в этом пространстве, а также подчеркнуть их уникальность и логику с помощью таких элементов, как декор, форма, цвет, рисунок и материал, чтобы люди могли с первого раза воспринять основное содержание, которое передают символы традиционной культуры.

На поведенческом уровне дизайнеры используют перцептивный опыт как важную основу для проектирования. Это позволяет перестроить пространственный порядок и эффективно интегрировать маршруты.

На сенсорном уровне, кроме сохранения свойств самих символов можно соответствующим образом использовать музыку, посуду, столовые принадлежности и другие элементы. Задача дизайнера – сделать так, чтобы элементы традиционной культуры глубоко взаимодействовали с чувствами человека и тем самым выходили за пределы своей собственной ценности.

На эмпирическом уровне существуют два основных способа использования элементов традиционной культурной символики: статический и динамический. К статичному использованию в графическом оформлении относятся, например, деконструкция и реструктуризация элементов традиционной культурной символики через повторение, градиент, симметрию и т. д. Дизайнер придает ему уникальный символический смысл, чтобы посетители получали эмоциональный резонанс в пространстве. Возможно интерактивное и динамическое переживание символов традиционной культуры в пространственных инсталляциях. Использование достижений науки и техники позволяет конструировать новые качества в пространстве ресторана и генерировать новые смыслы на практике.

Заключение

Использование традиционных культурных символов в пространстве общественного питания – это наследие культуры и искусства. Трансформация потребностей людей приводит к тому, что дизайн помещений ресторанов переходит от «практичного» к «эстетичному и функциональному сосуществованию». Такая трансформация субъективного сознания и пространственной эстетики способствует перестройке традиционной дизайнерской модели. Весь процесс получения, применения и символического выражения традиционных культурных символов есть отражение постепенного развития сознания субъекта от поверхностной сенсорной деятельности к поведенческой деятельности среднего уровня и затем к сознательной деятельности глубокого уровня. Однако пространственно-эстетические характеристики символов не ограничиваются их воздействием на индивидуальную психологию и социальное поведение, а скорее имеют «общность» с некоторыми конкретными группами и классами, чтобы пробуждать в людях воспоминания и создавать впечатления. Иными словами, внедрение традиционных культурных символов не только дает новые идеи для оформления ресторанного пространства, но также привносит в него новую жизненную силу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гегель, Г. Эстетика: в 4 т. Т. 2 / Г. Гегель. – Москва: Искусство, 1969. – 328 с.

2. Лазутина, Т. В. «Символический мир орнаментального искусства» / Т. В. Лазутина // Теория и практика общественного развития. – 2015. – №16. – С. 207–209.

3. Малеко, Е. В. Особенности трактовки художественного образа-символа в связи со сменой культурно-исторических эпох / Е. В. Малеко // Манускрипт. – 2020. – Т.13. – №2. – С. 204–208.

4. Сидорчукова, Л. Г. Художественный символ как носитель культурной памяти в творчестве современных художников / Л. Г. Сидорчукова // Технологос. – 2019. – №3. – С. 129–140.

5. Терещенко, Г. Ф. Эволюция художественного образа в дизайне интерьера / Г. Ф. Терещенко // Культурная жизнь Юга России. – 2016. – №3. – С.49–52.

6. Гун Цяньвэнь. Практическое исследование символов чайной культуры Южной Сун в пространственном дизайне. Магистерская диссертация / Гун Цяньвэнь. – Чжэцзянский технологический университет, 2022. С. 73–75. In Chinese: 公倩文，《南宋茶文化符号在空间设计中的实践研究》，浙江工业大学硕士学位论文，2022年，第73–75页。

7. Лангер, Сьюзан. Художественные вопросы. Перевод Тэн Шоуяо / Сьюзан Лангер. Нанкинское издательство. 2006. In Chinese:［美］ 苏珊·朗格（Susanne K.Langer,1895～1982）著，滕守尧译，《艺术问题》，南京出版社，2006年，第42页。

8. Лю Ли. Наследование и инновации национальных культурных символов в глобальном поле / Лю Ли // Журнал Гуанчжоуского университета (издание по общественным наукам). – 2010. – С. 51–54. In Chinese: 刘莉，《全球场域中民族文化符号的传承与创新》，广州大学学报（社会科学版，2010年，第51–54页。

9. Пэй Сюань. Изменение эстетической «структуры опыта» в эпоху потребления / Пэй Сюань // Журнал Лоянского нормального колледжа. – 2013. – №4. – С. 32–36. In Chinese: 裴萱，《美学“体验结构” 在消费时代的变迁》，洛阳师范学院学报，2013年，第32–36页。

10. Сяо Юйсинь. Субъективные характеристики пространственной эстетики и представление «пространственной практики» / Сяо Юйсинь // Журнал университета Гуйчжоу (художественное издание). – 2021. – №1. – С. 18–22. In Chinese: 肖玉欣：《空间美学的主体性特征与“空间实践” 表征》，贵州大学学报（艺术版），2021，第18–22页。

11. Цзэн Гоцзюнь, Ву Янкэ. Символическое производство вакуумов в пищевой культуре: случай тематического ресторана в Гуанчжоу / Цзэн Гоцзюнь, Ву Янкэ // Журнал Южно-Китайского нормального университета (издание по общественным наукам). – 2015. – С. 83–91. In Chinese: 曾国军，吴炎珂：《饮食文化空间的符号化生产：广州主题餐厅的案例》，华南师范大学学报（社会科学版），2015年，第83–91页。

12. Чжао Ихэн. Панартизация в семиотическом аспекте: путь современной культуры / Чжао Ихэн // Журнал Ланьчжоу. – 2018. – С. 30–39. In Chinese: 赵毅衡：《从符号学看“泛艺术化”： 当代文化的必由之路》，兰州学刊，2018年，第30–39页。

REFERENCES

1. Gegel’, G. Estetika: v 4 t. T. 2 / G. Gegel’. – Moskva: Iskusstvo, 1969. – 328 s.

2. Lazutina, T. V. «Simvolicheskij mir ornamental’nogo iskusstva» / T. V. Lazutina // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. – 2015. – №16. – C. 207–209.

3. Maleko, E. V. Osobennosti traktovki hudozhestvennogo obraza-simvola v svyazi so smenoj kul’turno-istoricheskih epoh / E. V. Maleko // Manuskript. – 2020. – T.13. – №2. – S. 204–208.

4. Sidorchukova, L. G. Hudozhestvennyj simvol kak nositel’ kul’turnoj pamyati v tvorchestve sovremennyh hudozhnikov / L. G. Sidorchukova // Tekhnologos. – 2019. – №3. – S. 129–140.

5. Tereshchenko, G. F. Evolyuciya hudozhestvennogo obraza v dizajne inter’era / G. F. Tereshchenko // Kul’turnaya zhizn’ Yuga Rossii. – 2016. – №3. – S. 49–52.

6. Gun Cyan’ven’. Prakticheskoe issledovanie simvolov chajnoj kul’tury Yuzhnoj Sun v prostranstvennom dizajne. Magisterskaya dissertaciya / Gun Cyan’ven’. – Chzheczyanskij tekhnologicheskij universitet, 2022. – S. 73–75. In Chinese: 公倩文，《南宋茶文化符号在空间设计中的实践研究》，浙江工业大学硕士学位论文，2022年，第73–75页。

7. Langer, S’yuzan. Hudozhestvennye voprosy. Perevod Ten Shouyao / S’yuzan Langer. Nankinskoe izdatel’stvo, 2006. In Chinese: ［美］ 苏珊·朗格（Susanne K.Langer,1895～1982）著，滕守尧译，《艺术问题》，南京出版社，2006年，第42页。

8. Lyu Li. Nasledovanie i innovacii nacional’nyh kul’turnyh simvolov v global’nom pole / Lyu Li // Zhurnal Guanchzhouskogo universiteta (izdanie po obshchestvennym naukam). – 2010. – S. 51–54. In Chinese: 刘莉，《全球场域中民族文化符号的传承与创新》，广州大学学报（社会科学版，2010年，第51–54页。

9. Pej Syuan’. Izmenenie esteticheskoj «struktury opyta» v epohu potrebleniya / Pej Syuan’ // Zhurnal Loyanskogo normal’nogo kolledzha. – 2013. – №4. – S. 32–36. In Chinese: 裴萱，《美学“体验结构” 在消费时代的变迁》，洛阳师范学院学报，2013年，第32–36页。

10. Syao Yujsin’. Sub”ektivnye harakteristiki prostranstvennoj estetiki i predstavlenie «prostranstvennoj praktiki» / Syao Yujsin’ // Zhurnal universiteta Gujchzhou (hudozhestvennoe izdanie). – 2021. – №1. – S. 18–22. In Chinese: 肖玉欣：《空间美学的主体性特征与“空间实践” 表征》，贵州大学学报（艺术版），2021，第18–22页。

11. Czen Goczyun’, Vu Yanke. Simvolicheskoe proizvodstvo vakuumov v pishchevoj kul’ture: sluchaj tematicheskogo restorana v Guanchzhou / Czen Goczyun’, Vu Yanke // Zhurnal Yuzhno-Kitajskogo normal’nogo universiteta (izdanie po obshchestvennym naukam). – 2015. – S. 83–91. In Chinese: 曾国军，吴炎珂：《饮食文化空间的符号化生产： 广州主题餐厅的案例》，华南师范大学学报（社会科学版），2015年，第83–91页。

12. Chzhao Ihen. Panartizaciya v semioticheskom aspekte: put’ sovremennoj kul’tury / Chzhao Ihen // Zhurnal Lan’chzhou. – 2018. – S. 30–39. In Chinese: 赵毅衡：《从符号学看“泛艺术化”： 当代文化的必由之路》，兰州学刊，2018年，第30–39页。