

СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ, ИЛИ ЭТНОГРАФИЯ В МИРЕ АРХИТЕКТОРОВ И ДИЗАЙНЕРОВ

РЕЦ. НА: CRANZ, G. (2016). *ETHNOGRAPHY FOR DESIGNERS*.
LONDON: ROUTLEDGE.

ЕЛЕНА ЧЕБАН ^[1]

✉ LUNA-LENA@UKR.NET

^[1]ОДЕССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И. И. МЕЧНИКОВА, ОДЕССА, УКРАИНА

Для цитирования статьи:

ЧЕБАН, Е. (2019). СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ, ИЛИ ЭТНОГРАФИЯ В МИРЕ АРХИТЕКТОРОВ И ДИЗАЙНЕРОВ (РЕЦ. НА: CRANZ, G. (2016). *ETHNOGRAPHY FOR DESIGNERS*. LONDON: ROUTLEDGE). *Фольклор и антропология города*, II(3–4), 457–462. DOI: 10.22394/26583895-2019-2-3-4-457-462.

AT HOME AMONG STRANGERS, OR ETHNOGRAPHY IN THE WORLD OF ARCHITECTS AND DESIGNERS

A REVIEW OF: CRANZ, G. (2016). *ETHNOGRAPHY FOR
DESIGNERS*. LONDON: ROUTLEDGE.

OLENA CHEBAN ^[1]

✉ LUNA-LENA@UKR.NET

^[1]ODESSA NATIONAL UNIVERSITY I. I. MECHNIKOVA, ODESSA, UKRAINE

TO CITE THIS ARTICLE:

CHEBAN, O. (2019). AT HOME AMONG STRANGERS, OR ETHNOGRAPHY IN THE WORLD OF ARCHITECTS AND DESIGNERS. A REVIEW OF: CRANZ, G. (2016). *ETHNOGRAPHY FOR DESIGNERS*. LONDON: ROUTLEDGE. *URBAN FOLKLORE & ANTHROPOLOGY*, II(3–4), 457–462. DOI: 10.22394/26583895-2019-2-3-4-457-462. (IN RUSSIAN).

Монография американского профессора Гален Кранц «Этнография для дизайнеров» (2016) представляет особый интерес как своего рода мостик между двумя профессиональными сообществами: антропологами и архитекторами/дизайнерами. С одной стороны, название книги прямо указывает, что именно дизайнеры являются главной целевой аудиторией работы. Фактически перед нами учебник, практическое пособие, в котором исследовательница объясняет, как использовать этнографические методы при проведении прикладных исследований для дизайнерских и архитектурных проектов. С другой стороны, прикладным антропологам эта книга может быть не менее

интересна и полезна. Здесь едва ли можно найти что-то принципиально новое с точки зрения методологии антропологических исследований. Однако работа Гален Кранц помогает понять, как можно объяснить дизайнерам и архитекторам, для чего нужно проводить предпроектные антропологические исследования и как потом использовать их результаты при разработке проекта.

Сама Гален Кранц при этом не является ни антропологом, ни дизайнером. По образованию она социолог, получала образование и защищала диссертацию в Чикагском университете, а затем много лет изучала социальные и культурные основы архитектурного и городского дизайна. Сейчас она является почетным профессором Высшей школы архитектуры в Колледже экологического дизайна при Калифорнийском университете в Беркли. Свою монографию исследовательница написала, используя многолетний опыт преподавательской работы с молодыми архитекторами и дизайнерами, которые были ее студентами и аспирантами в университете и которых она учила методологии предпроектных исследований.

Гален Кранц является энтузиастом этнографических методов прикладных социальных исследований и в книге неоднократно подчеркивает, что архитекторы и дизайнеры, используя в своих проектах результаты социокультурных исследований, получают возможность глубже понимать специфику социального пространства и органичнее вписывать туда проектируемые объекты: «“Этнография для дизайнеров” учит архитекторов и инженеров, как слышать и изучать людей, их знания и представления о собственной культуре <...> Эта книга — практическое пособие по изучению социальных факторов и социальных исследовательских методов дизайнерами и по их дальнейшему применению в практике» (с. 1).

Учебное пособие состоит из двух основных частей — «Этнографический дизайн-проект» и «Написание отчетов и образцы отчетов». Всего в книге десять глав, в конце каждой из которых автор суммирует основные идеи и выводы, на которые хочет обратить внимание читателя, чтобы закрепить материал. Структура книги последовательна и логична: сначала идет теоретико-методологический раздел, в котором шаг за шагом объясняется, как и зачем дизайнерам следует проводить этнографическое исследование, а затем во втором разделе обсуждается, как готовить отчет исследования.

В самом начале учебника Гален Кранц знакомит читателя с этнографическими методами социальных исследований и объясняет, какое значение имеет для них понятие «культуры». Основной метод предпроектного исследования, который она называет «семантической этнографией», предполагает, что архитектор должен изучать знания, ценности и представления людей о том, что их окружает, и об их культуре. Используя примеры из реальной практики, Кранц объясняет, почему этнографическое исследование так важно при разработке дизайн-проектов, размышляет об особенностях полевой работы, об этике исследователя, об ответственности дизайнера перед пользователями.

Обосновывая необходимость проведения предпроектных этнографических исследований, Гален Кранц пишет: «Мы рассматриваем этнографию как ключевую часть творческого процесса дизайна, потому что исследование может проводиться в то же самое время, когда дизайнер развивает концепцию от первоначальной идеи до реализации на конкретной территории» (с. 5). Объясняя, какое значение имеет полевая работа, исследовательница настаивает на том, что в рамках предпроектного анализа недостаточно просто читать литературу по теме и просматривать соответствующие интернет-ресурсы. Дизайнерские проекты, создаваемые в кабинете и оторванные от реалий повседневной жизни горожан, обычно не учитывают культурные особенности и социальные потребности различных категорий пользователей.

Гален Кранц считает, что разработку любого архитектурного или градостроительного проекта, будь то парк, библиотека, больница, скейтотдром, жилой дом или приют для животных, необходимо начинать с социокультурного исследования, с изучения того, как создаваемым пространством будут пользоваться люди. Чтобы создать успешный проект, необходимо выйти в город, в то социальное пространство, которое исследуется. Именно находясь на улице, в магазине, в здании и наблюдая за поведением людей, за их повседневными практиками, архитекторы и дизайнеры могут понять ценности и запросы будущих пользователей проекта.

Одной из центральных идей книги является средовой детерминизм, представление о том, что здания, места и объекты влияют на поведение людей, формируют нормы поведения в них, влияют на их культурные практики и ценности. Автор отсылает здесь к работам антрополога Эдварда Холла, заложившего основы изучения антропологии пространства [Hall 1976]. Осознание связи между архитектурой зданий и социальными ценностями помогает при проведении семантического этнографического исследования. Например, Гален Кранц рассказывает о том, что американцы часто говорят, что не имеют классовых предубеждений, но при этом стремятся покупать дома в районах, где живут социально близкие им люди. Таким образом, связь между физическим объектом и представлениями о нем может быть сложной — она проявляется в практиках, но не фиксируется в нарративах.

В прикладных предпроектных исследованиях особую ценность, по мнению Гален Кранц, имеет метод включенного наблюдения. Сильная сторона этого метода в том, что он погружает исследователя в среду, где тот может не только наблюдать за поведением людей и практиками пользования городским пространством, но и на своем опыте прочувствовать достоинства и недостатки различных дизайнерских решений.

Особое знание метод включенного наблюдения имеет при исследовании общественных пространств. Колин Джеролмэк, изучая парки, отмечал, что в практиках использования этих общественных пространств отлично проявляется социальная структура общества [Duneier, Kasinitz, Murphy 2014]. Развивая этот тезис, Гален Кранц призывает дизайнеров и архитекторов идти в людные места, в парки, магазины, общественные

здания, наблюдать за людьми, активно вступать в разговор, знакомиться и изучать мнения людей об общественном пространстве, где они находятся, и о том, что их в нем окружает. Автор обращается к исследованиям символической организации городского пространства (в том числе при помощи метода картографирования городской среды) и отмечает важность изучения поведенческих практик горожан и пользователей публичных пространств.

Объясняя принципы метода включенного наблюдения, Кранц настаивает на том, что дизайнерам для более детального исследования социальных потребностей необходимо стать частью сообщества людей, которое они исследуют. Такой подход помогает архитекторам и дизайнерам усилить их профессиональную ответственность перед будущими пользователями, и в то же время позволяет им реализовать себя творчески, чувствовать себя необходимыми социуму. Студенты Гален Кранц, например, становились волонтерами, участвовали в воскресных благотворительных днях, где они готовили завтраки в буддистском храме, присоединялись к членам правления дошкольного учреждения Монтессори и т. д.

Еще одним важным методом предпроектных исследований, помогающим архитекторам понять ценности и запросы целевой аудитории, являются глубинные интервью с представителями групп, которые будут пользоваться создаваемым пространством. Гален Кранц отдельно останавливается на вопросах рекрутинга и организации интервью. Она рекомендует заранее искать потенциальных информантов в том месте, с которым связано исследование, а также искать контакты через знакомых, на работе, на учебе, стараться заранее составить списки с контактами потенциальных собеседников (с. 48).

Однако она предупреждает, что в некоторых случаях искать информантов бывает затруднительно или возникают проблемы, связанные с необходимостью получать официальные разрешения на интервью. Так, например, один ее студент изучал культуру детей в детском центре. Все было хорошо, пока он сидел на детской площадке, а дети спонтанно к нему подходили и начинали разговаривать сами. Однако когда студент решил попросить официальное разрешение у директора этого центра на общение с детьми, он получил отказ из-за страхов и предрассудков родителей по поводу возможного похищения детей незнакомцем. В итоге студент был вынужден прекратить исследования из-за сложностей с поиском информантов (с. 27).

Так как повседневные практики пользователей со временем меняются, Гален Кранц рекомендует и после реализации проекта периодически проводить социокультурные исследования, чтобы отслеживать эти изменения. Архитекторам полезно спустя некоторое время повторно исследовать объекты, построенные по их проектам, чтобы выявить просчеты проектирования или строительный брак. Анализ ошибок, совершенных в прошлом, поможет избежать их в будущем.

Большую пользу дизайнерам и архитекторам могут принести и социокультурные исследования проектов-аналогов. Например, если

молодому архитектору необходимо спроектировать новый отель, имеет смысл сначала исследовать один из отелей в окрестностях того места, где планируется строительство. Изучив, как функционирует уже существующий отель, исследователь получит информацию о ценностях и потребностях его посетителей, что позволит ему лучше понимать, в каком направлении следует развивать его собственный проект.

Гален Кранц настаивает на том, что участниками исследования должны становиться представители самых разных категорий пользователей: от рядовых посетителей до топ-менеджеров отеля. Впрочем, не всегда группы пользователей можно выделить заранее, иногда их типология становится понятна только в процессе исследования. Например, Майкл Као, проводя этнографическое исследование для проекта по перепланировке детского сада, описал различные группы: садоводы, гонщики, художники, гимнасты, музыканты и т. д. Это позволило ему зонировать и преобразовать игровой двор по этим видам деятельности, чтобы каждый ребенок мог найти себе зону, которая ему больше подходит (с. 98).

В социокультурных исследованиях большое значение имеет время работы. Порой исследователю необходимо провести несколько месяцев или даже лет, чтобы влиться в сообщество, понять его культуру, зафиксировать ритуалы, традиции и культурные практики. Однако в прикладном исследовании время оказывается ценным ресурсом, ведь проект обычно ограничен по времени, так что исследователям приходится в максимально короткие сроки погрузиться в культурные особенности пространства и быстро изучить повседневные практики его пользователей. Для экономии времени Гален Кранц рекомендует выбирать локации, удобные для исследователя — рядом с домом, работой или учебой, транспортным узлом; проводить исследование по выходным или в обеденный перерыв; делать заметки и наблюдения, когда едешь в общественном транспорте, отдыхаешь в парке, стоишь в очереди. Любое свободное время она рекомендует посвящать исследованию. Если не удастся провести полноценное полевое исследование, Гален Кранц советует получать информацию от информантов альтернативными способами: по социальным сетям, по телефону, через видеофайлы или Skype. Она пишет, что для того, чтобы понять трудности путешественника, совершенно необязательно самому отправляться в поездку. Иногда достаточно просто послушать рассказы путешественников в аэропортах, когда они говорят, с какими проблемами они сталкивались (с. 49).

Во второй части «Написание отчетов и примеры отчетов» идет речь о том, как оформлять и представлять результаты проведенных исследований. Переходя от этнографического описания к дизайн-проекту, необходимо переосмыслить полученные результаты и придумать, как можно визуализировать их в виде инфографики. Гален Кранц рекомендует по результатам каждого исследовательского проекта готовить письменный отчет, который будет содержать и наиболее ценную информацию из глубинных интервью, и обзор научной литературы по теме, и материалы

включенного наблюдения. Именно они, а не личные предпочтения и желание выразить оригинальность и изобретательность, должны определять дизайн (с. 114).

В своей книге Гален Кранц поднимает ряд актуальных вопросов и проблем, которые возникают, когда прикладное этнографическое исследование проводят архитекторы и дизайнеры. Прежде всего, это проблема объективности и субъективности при проведении исследования и интерпретации полученных данных: «Хотя объективность желательна, мы признаем, что невозможно быть полностью объективным. Даже “научные” исследования не могут избежать искажений, которые мы называем интерпретацией, что приводит к преднамеренному или непреднамеренному избирательному сбору данных, наблюдению и последующей интерпретации. Любой исследователь решает, возможно, неосознанно, что некоторые факты более важны, чем другие, и поэтому проблема избирательного наблюдения вносит искажения в начале процесса» (с. 19, 20). В качестве яркого примера подобных сбоев при интерпретации материала Гален Кранц рассказывает историю об архитекторе, который в детстве боялся ездить на лифте в многоэтажном доме и опасался более взрослых детей, которые могли его побить в темном углу. Уже во взрослом возрасте, проводя исследование про многоэтажные дома, он почувствовал, что начнет переносить свой личный опыт на изучаемые объекты и слишком много внимания уделять темам, связанным с его детскими психологическими травмами. Личные воспоминания всегда влияют на наше восприятие окружающей среды и могут стать источником предвзятости и ошибок.

В целом «Этнография для дизайнеров» — универсальное практическое пособие, которое может быть полезно не только архитекторам и дизайнерам, но и всем, кто хочет освоить азы проведения прикладных антропологических исследований. В этом учебнике доступно и последовательно описывается, как организовать этнографическое исследование, как проанализировать собранные материалы, а затем на основании полученных выводов разработать новый архитектурный или дизайнерский продукт, который будет отвечать ценностям и запросам будущих пользователей. Легкость изложения и насыщенность примерами из исследовательского опыта автора делают данную книгу находкой для всех желающих освоить этнографические методы, даже если их основная специальность далека от социальных исследований. Гален Кранц прекрасно показывает, какой вариативностью и многогранностью обладают этнографические исследования, и убеждает читателей в том, что невозможно сотворить что-то новое и полезное для людей, не изучив предварительно их ценности, потребности и повседневные практики.

Литература/References

- Duneier, M., Kasinitz, P., Murphy, A. (Eds.). (2014). *The urban ethnography reader*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. New York: Anchor Press.