

Международный информационно-аналитический журнал

**КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА
И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ**

**CREATIVE ECONOMICS
AND SOCIAL INNOVATIONS**

Электронное научное периодическое издание

**Transdisciplinary e-Journal in Economics, Communication,
Social and Cultural Studies and is published two times in year**

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ

Выпуск 13. 2023. № 2 (43)

Электронное научное периодическое издание по теории и практике экономического развития и социальных преобразований в мультикультурном мире.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ЭЛ № ФС 77 – 49780 от 04.05.2012 г.

Журнал выходит четыре раза в год в виде online-издания и электронных тематических выпусков материалов научных форумов с международным участием.

ISSN 2221-8270

www.си-вшпп.пф/cesi

www.cesi-journal.com

Журнал включён в интегрированную информационно-аналитическую систему по научным публикациям РИНЦ – *Российский индекс научного цитирования*.

Текстовая версия журнала размещается на сайте *Российской универсальной научной электронной библиотеки (РУНЭБ)* – <http://www.elibrary.ru>

Креативная экономика и социальные инновации
Creative Economics and Social Innovations

Журнал является междисциплинарной научной площадкой профессионального диалога в изучении воздействия социальных инноваций и глобализации на экономический, культурный и иные процессы. Журнал представляет различные научно-теоретические видения, касающиеся креативной экономики, современных образовательных технологий, инновационного менеджмента и социокультурного проектирования. В спектре рассматриваемых журналом вопросов – императивы общественного развития в меняющемся мире, антикризисное управление, менеджмент социального реформирования, экономика знания, арт-менеджмент, межкультурная коммуникация, связи с общественностью, международный культурный обмен, новые технологии в сфере экономики, культуры и социального развития.



СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАМОРФОЗЫ И
ПРЕОДОЛЕНИЕ ГРАНИЦ В ДВИЖЕНИИ
КАПИТАЛА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Ермолаев К.Н. (Самара, Россия) 8

КРЕАТИВНОСТЬ ДЕЙСТВИЯ
В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ
МУЗЕЙНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Ионесов В.И. (Самара, Россия) 19

КОММУНИКАТИВНЫЕ СДВИГИ
В КУЛЬТУРНОМ ПРОЦЕССЕ:
ОТ ЛИЧНОСТИ КАК СУБЪЕКТА
К ЛИЧНОСТИ КАК ОБЪЕКТУ

Хренов Н.А. (Москва, Россия) 26

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИЙ И НОВЫЕ
ДИЗАЙНЕРСКИЕ СТРАТЕГИИ
В АКТУАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ

Ерегин А.В. (Самара, Россия) 35

ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ
В АРТ-ПРОЕКТИРОВАНИИ
УРБАНИСТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Давыдов А.В. (Самара, Россия) 40

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БАРЬЕР
ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ УЧАСТИЯ
В ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ
САМАРЫ

Гаранина К.П. (Самара, Россия) 46

МУЗЕЙНЫЙ СУВЕНИР КАК РЕСУРС
КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Куснеева Г.В. (Самара, Россия) 52

РЕЦЕНЗИИ

ОБРАЗ САМАРКАНДА
В ПРОСТРАНСТВЕ ГРАЖДАНСКОЙ
ДИПЛОМАТИИ И ДИАЛОГА КУЛЬТУР:
БРЕНД ГОРОДА КАК ОБЪЕКТ
КРЕАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ипполитова А.Г. (Самара, Россия) 58

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

АРТ-ПРОЕКТ КАК СПОСОБ
КРЕАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Пешкова М.А. (Самара, Россия) 65

Давыдов А.В. (Самара, Россия)

СОБЫТИЯ

КРЕАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ
ЧАЙНОЙ КУЛЬТУРЫ: ЗА ЧАШКОЙ ЧАЯ
В САМАРКАНДЕ

Ионесов А.И. (Самарканд, Узбекистан) 73

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 78

CONTENTS

ECONOMIC METAMORPHOSIS AND
OVERCOMING THE BOUNDARIES IN
CAPITAL'S TRANSNATIONAL MOVEMENT

Ermolaev K.N. (*Samara, Russia*) 8

CREATIVENESS OF ACTION
IN COMMUNICATION PRACTICES
OF MUSEUM PROJECTIONG

Ionesov V.I. (*Samara, Russia*) 19

COMMUNICATION SHIFT
IN CULTURAL PROCESS:
FROM PERSONALITY AS SUBJECT
TO PERSONALITY AS OBJECT

Khrenov N.A. (*Moscow, Russia*) 26

VISUALIZATION OF TRADITIOS
AND NEW DESIGN STRATEGIES
IN UPDATED CULTURAL HERITAGE

Eretin A.V. (*Samara, Russia*) 35

VISUAL TRANSFORMATIONS
IN THE ART-DESIGN OF
URBAN ENVIRONMENTS

Davydov A.V. (*Samara, Russia*) 40

INFORMATION BARRIER FOR
THE IMPLEMENTATION OF THE PRACTICE
OF PARTICIPATION IN THE URBAN
CULTURAL POLICY OF SAMARA

Garanina K.P. (*Samara, Russia*) 46

MUSEUM SOUVENIR AS
A RESOURCE FOR CREATIVE ACTIVITY

Kusneeva G.V. (*Samara, Russia*) 52

REVIEW

THE IMAGE OF SAMARKAND IN
THE SPACE OF CIVIL DIPLOMACY
AND DIALOGUE OF CULTURES:
THE CITY BRAND AS AN OBJECT
OF CREATIVE COMMUNICATION

Ippolitova A.G. (*Samara, Russia*) 58

CURRENT INTERVIEW

ART PROJECT AS A WAY
OF CREATIVE COMMUNICATION

Peshkova M.A. (*Samara, Russia*)

Davydov A.V. (*Samara, Russia*) 65

EVENTS

CREATIVE RESOURCES OF TEA CULTURE:
WITH A CUP OF TEA IN SAMARKAND

Ionesov A.I. (*Samarkand, Uzbekistan*) 73

LIST OF CONTRIBUTORS 80

УДК 330.142.23

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАМОРФОЗЫ И ПРЕОДОЛЕНИЕ ГРАНИЦ В ДВИЖЕНИИ КАПИТАЛА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

© 2023 К.Н. Ермолаев (*Самара, Россия*)

Аннотация. На определенном этапе развития капитала сами формы существования капитала начинают создавать препятствия для его движения и дальнейшего развития. Необходимость преодоления этих границ формирует потребность в смене существующих форм капитала и появлении новых. Меняя форму существования, капитал переходит и в другое внутреннее состояние, сопровождающееся качественными изменениями и появлением новых свойств и особенностей. Автор показывает, что постоянная смена форм, переход к более совершенным формам – это внутреннее сущностное свойство капитала.

Ключевые слова: экономика, капитал, финансы, трансформация, движение, глобализация, кризис

ECONOMIC METAMORPHOSIS AND OVERCOMING THE BOUNDARIES IN CAPITAL'S TRANSNATIONAL MOVEMENT

© 2023 K.N. Ermolaev (*Samara, Russia*)

Abstract. At a certain stage of development of capital, the very forms of existence of capital begin to create obstacles to its movement and further development. The need to overcome these boundaries creates the need to change existing forms of capital and the emergence of new ones. Changing the form of existence, capital also passes into another internal state, accompanied by qualitative changes and the emergence of new properties and features. The author shows that the constant change of forms, the transition to more perfect forms is an internal essential property of capital.

Keywords: economy, capital, finance, transformation, movement, globalization, crisis

Фиктивная форма капитала представляет собой особую (титულную) форму существования капитала, открывающую принципиально новые возможности для его движения в эпоху глобализации. Капитал, понимаемый автором как основное (центральное) производственное отношение рыночной экономики, с субстанциональной точки зрения представляет собой материализованную в различных активах стоимость (ценность), находящуюся в постоянном, ничем неограниченном движении, сопровождающемся качественными и количественными изменениями в ее структуре, самовозрастающую и саморазвивающуюся. Движение капитала – это не только его кругооборот в процессе воспроизводства, но и трансформация из одной формы в другую [2].

Движение капитала сопровождается постоянной сменой форм его существования и материализации. Каждая вещественная форма материализации капитала обладает рядом ограничений, органически-имманентно присущих ей как материальному объекту. Автор статьи убежден, что постоянная смена форм, переход к более совершенным формам – это внутреннее сущностное свойство капитала.

Саморазвитие капитала обусловило эволюцию представлений о нем самом и о стоимости как его субстанциональной основе. Представители классической школы (А. Смит, Д. Рикардо, Дж. Ст. Милль) и занимающий, согласно современным представлениям, промежуточное положение между классикой, неоклассикой и институционализмом К. Маркс увязывали природу стоимости с прошлыми затратами труда (издержками производства) [3:62-80]. Маржиналисты (У.С. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас) в основу определения стоимости положили текущую предельную полезность (ценность) товара для потребителя. Неоклассический подход А. Маршалла позволил увидеть диалектически-непротиворечивую органическую связь классического (со стороны производства) и маржиналистского (со стороны потребления) походов к природе стоимости на основе концепции равновесной цены.

Кейнсианская и некейнсианская концепции стоимости позволили рассмотреть последнюю как будущую ожидаемую ценность (Дж.М. Кейнс, Дж. Хикс). Авторы теорий рациональных ожиданий (Дж. Мут, Р. Лукас) и теоретико-игрового подхода (Дж. фон Нейман, Дж. Нэш) утвердили окончательное понимание стоимости как ожидаемой вероятностной полезности (ценности) [3, с.109-111].

Автор статьи выражает твердую убежденность в том, что понимание стоимости как ожидаемой вероятностной ценности является наиболее глубоким представлением о ее природе как о системном явлении на наивысшей ступени своего развития выступающем в качестве субстанции капитала. Высшей стадией развития товарных отношений является превращение капитала в товар-капитал, формирование рынка капиталов, ценностным ориентиром для трансакций, с которым выступает прогнозируемая капитализированная будущая доходность вложений данного капитала. Стоимость товара-капитала на финансовом рынке и выступает как ожидаемая вероятностная его ценность (капитализированная доходность).

Уже много десятилетий назад капитал оказался ограничен своими собственными пределами развития. Перенакопление капитала в современную эпоху перешло в совершенно новую плоскость. Специфическим именно для последних десятилетий фактором усиления перенакопления капитала стало приоритетное развитие финансового сектора. В последние годы идет перелив ресурсов из сферы материального производства в иные сферы, где не создается ни материальных благ, ни средств развития человеческих качеств (финансовые

спекуляции, многообразные формы посредничества, индустрия досуга, переработанная сфера ВПК, бюрократический государственный и корпоративный аппарат). Приоритетное развитие этого сектора стало следствием перенакопления капитала в реальном секторе и вследствие обратных связей интенсифицировало это перенакопление.

Диалектичность данного процесса заключается, по мнению автора, в том, что для эффективного преодоления проблем реального сектора капиталу понадобилось оторваться от этого сектора, возвыситься над ним, перейти в новую сферу, трансформироваться в новую форму и перейти в качественно новое состояние. Он не мог далее эффективно применяться, принося хотя бы среднюю прибыль, в отраслях сферы материального производства, содействующих прогрессу производительных сил, и выплеснулся в финансовую сферу. Этот процесс, с одной стороны, открыл новые сферы экстенсивной экспансии капитала, с другой стороны – частично разрядил напряженность в реальном секторе. Но, кроме этого, породил принципиально новую – титульную или фиктивную форму существования капитала.

Для правильного понимания природы фиктивной формы капитала, принципиально отличающей от его производительной, товарной и денежной форм необходим новый подход к пониманию природы собственности.

Отношения собственности, формирующие фундаментальную основу экономической системы и представляющие собой отношения по поводу присвоения, принадлежности материальных и нематериальных объектов, находятся в постоянном развитии, порождают новые формы своего существования и реализации, что позволяет глубже понять экономическую сущность собственности.

Длительное время в экономической теории господствовали неоклассические подходы к данной проблеме, основанные на континентальной системе права, в котором права собственности сводились к «одномерному» неделимому институту («идеальная частная собственность»). В основе этого лежала континентальная правовая традиция, представленная в Кодексе Наполеона. Права собственности в континентальном праве рассматривались узко применительно к материальным объектам, односубъектно и включали три элемента: право пользования, право на доход, право на управление. В неоклассической теории господствовал подход к определению и исследованию собственности как к «внутри себя нерасчлененному целому», абсолютному и неделимому, то есть происходил произвольное отождествление собственности с ее материальным объектом, существующей в неразрывной связи как с субъектом, так и с объектом присвоения.

Такие представления не приходили в противоречие с действительностью до тех пор, пока не начал формироваться рынок капиталов, важнейшей формой которого стало обращение ценных бумаг на бирже. В этих условиях

получили практическую реализацию идеи К. Маркса о необходимости и возможности обособления капитала-собственности от капитала-функции, допускающие автономное существование и движение собственности в отрыве от своего материального объекта. Этот феномен был подробно исследован Р. Гильфердингом. В своем фундаментальном труде, посвященном финансовому капиталу, он проанализировал происходящие на бирже процессы превращения и удвоение прав собственности, перехода собственности отдельных лиц к юридическому лицу, перенесение собственности независимо от производства, самостоятельного движения собственности, не определяемого производственными процессами, утраты всякой непосредственной связи собственности с потребительной стоимостью. Такая модификация отношений собственности позволила осуществить концентрацию собственности вне зависимости от процесса концентрации в промышленности путем концентрации фиктивного капитала, открыв возможности для возникновения финансового капитала.

Этот феномен был охарактеризован Р. Гильфердингом как появление чистой абстрактной формы собственности, ее превращение в простое свидетельство на доход, титул дохода, взятый сам по себе, вне процесса производства. Это явление было определено Т. Вебленом как исчезновение собственности, превращение ее в абсентеистскую (реально отсутствующую). На самом деле, по мнению автора статьи, возникла новая форма существования собственности, опосредованная от своего объекта, которая не укладывалась в неоклассические представления о ней. Это свидетельствовало о необходимости более глубокого переосмысления представлений о собственности как таковой, что было сделано представителями теории неоинституционализма.

Неоинституционалисты рассматривают феномен собственности как сложное экономико-правовое явление. По их мнению, объектом сделки являются не сами блага, а совокупность прав (или правовых полномочий) по отношению к этим благам (так называемый пучок прав собственности, который передается из рук в руки в ходе трансакции).

Особенность данного подхода в том, что в нем частная собственность предстает как неустойчивая развивающаяся система, требующая постоянной финансовой подпитки, без которой она не может существовать. Квинтэссенция неоинституциональной концепции заключается в следующем положении: состояние пучка прав собственности влияет на то, каким образом в экономике распределяются и используются редкие ресурсы. В общем праве собственность определяется как пучок 11 правомочий, который может относиться как к материальным, так и нематериальным объектам. Важным является делимость пучка. Права собственности делятся на абсолютные (субъект-объектные) и относительные (субъект-субъектные). Они бывают экономические (напрямую и косвенно потреблять товар), а легальные – это средства для достижения целей. При помощи частной собственности редкие ресурсы автоматически перетекают в

руки эффективных собственников, но при нулевых трансакционных издержках. Критериями эффективности собственности являются: наличие конкретного владельца, эксклюзивность (или спецификация – четкое закрепление за владельцем), свободное обращение прав собственности в экономике. Очень важны аллокация (первоначальное распределение), разграничение и защита прав собственности.

Таким образом, сторонники данной теории рассматривают собственность как неустойчивую развивающуюся систему, в отличие от неоклассиков, для которых она незыблема, рассматривается как «данность» и укладывается в рамки неизменности институциональных основ общества. В рамках новой институциональной теории преодолевается ограниченность неклассического подхода к правам собственности как к «одномерному» и неделимому институту. Они исследуют собственность как «пучок правомочий», то есть правомочий, которые зачастую могут существовать и передаваться по отдельности (делимость пучка прав собственности). Также в отличие от неоклассического понимания «идеальной частной собственности» рассматриваются различные правовые режимы коллективной, частной и государственной собственности.

Дж. Коммонс считает, что стадия индивидуального обмена характерна для низших стадий развития экономики, а на развитой стадии сделки охватывают неосязаемую собственность. Он выделяет двойственный характер собственности, открывающий возможность передачи права собственности без сопутствующей передачи предметов. В современном обществе понятие об объекте собственности претерпело радикальные изменения: вместо телесной материальной вещи теперь речь идет об ожидаемой меновой ценности [4, с.78].

Обособление некоторых пучков правомочий (капитал-собственность) от вещественных форм материализации капитала (капитал-функция) и их последующая структуризация в форме титула капитала, самостоятельно обращающегося на финансовом рынке, трансформировала вышеназванные титулы в фиктивную форму капитала, не имеющего собственной ценности, но способствующего обращению фиктивной стоимости (прогнозной ожидаемой капитализированной доходности капитала-функции).

Таким образом, фиктивная форма капитала – это титульная форма его существования (капитал-собственность). Одновременно – это есть титульная форма движения и обращения капитала-функции на финансовом рынке при посредстве движения капитала-собственности. Она представляет собой фиктивный капитал, как капитал в принципе, не имеющий собственной стоимости. Этот капитал представляет собой атрибутивную превращенную (производную) форму капитала, которая прошла через систему опосредований и существует в отрыве от собственного капитала-функции, с которым в конечном счете фундаментально, сущностно связана и определяется им. Такое относительное обособление друг от друга в рамках единого капитала двух его сторон может

быть объяснено делением производственных отношений на «первичные» (определяющие бытие и существование системы) и «вторичные» (характеризующие механизм функционирования системы).

Появление новой формы существования привело к принципиальному изменению состояния капитала. Он существенно изменился. И проблема заключается не только и не столько в опережающем росте финансового сектора (типичная трактовка «отрыва» современными западными авторами), сколько в господстве финансового капитала над всей остальной экономикой.

Это господство, пройдя через период некоторых ограничений в середине XX в., ныне стало еще более значимым, изменив характер функционирования капитала. С одной стороны, как разновидность финансового капитала, опирающегося на власть гигантских корпораций, сращенных к тому же с мощнейшими государствами мира, фиктивный капитал обрел гораздо большую устойчивость. С другой стороны, он еще больше оторвался от своей материальной основы, капитала тех сфер, где рождается стоимость, стал виртуальным. На практике это превращение приняло вид явления, названного учеными США и Европы финансиализацией [1].

Наиболее значимые чертами этого явления выступают:

– количественный и качественный сдвиг в пользу финансового сектора (растущие опережающими темпами объемы транзакций, более высокая норма прибыли, отток сюда основных ресурсов, создание новых институтов);

– определяющее влияние этого сектора на всю систему аллокации ресурсов и координат (направление потоков инвестиций, принятие решений, структура цен во всей экономике определяется ныне АО во многом конъюнктурой финансового сектора. Кроме того, приоритетное развитие финансового капитала вызвало волну дерегулирования, финансовые спекуляции стали «регулятором» субститутотом государственного воздействия на экономику;

– существенные изменения отношений собственности (система прав собственности на постоянно «странствующий» фиктивный капитал – тема особого исследования) и распределения дохода;

– вся система общественного воспроизводства приобрела многие специфические черты, среди которых – резко возросшая зависимость этого процесса от случайных факторов, рисковость, нестабильность экономической системы, «шот-термизм» – черты, давшие содержательные основания для того, чтобы назвать эту систему «казино-капитализм». В результате сформировался особый тип человеческого поведения – ориентация на финансовые транзакции как главный способ жизнедеятельности. По мере развития финансиализации «homo finansus» становится едва ли не господствующим типом личности (причем это характерно не только для предпринимателей, но и для потребителей) [1].

Как таковой фиктивный капитал отныне живет в виртуальной среде, оторван от любого материального носителя. Он постоянно движется, причем с очень высокой скоростью. Вследствие этого ему свойственны постоянная смена субъекта собственности и размытость, диффузия прав собственности. Он утратил такие характерные особенности, как управляемость, планомерность процесса внутренней жизнедеятельности (управление фирмой для виртуального капитала заменятся игрой на биржах, где господствуют не собственники акций, а «рейн-меркеры» [1]).

Его величина, эффективность зависят в первую очередь не от качества продукции и издержек ее производства, а от случайных факторов, от постоянно изменяющейся конъюнктуры рынков фиктивных бумаг. Он отрывается от реального процесса поиска наиболее эффективных решений производства товаров и услуг и превращается в относительно самодостаточный мир спекуляций.

Этот капитал более не имеет некоторой локализации в пространстве и во времени экономической жизни. Он, говоря языком Ж. Делеза и Ф. Гваттари, «детерриторизован», не имеет «прописки», «земли», к которой он был хоть как-то привязан. Как таковой он легко уходит из-под любого – национального и международного – государственного регулирования. И в то же время он оказывается виртуален двояко – с «технологической» точки зрения (живет в компьютерных сетях) и с точки зрения вероятности.

Виртуальный фиктивный капитал, достигнув невероятных еще двадцать лет назад масштабов, превратился в своеобразный «черный ящик», живущий относительно независимо от системы общественного воспроизводства. Это именно «черный ящик», изменения в его структуре и величине происходят быстро, он столь вездесущ, что познание его внутреннего строения, системы взаимодействий и т.п. представляет принципиально неразрешимую задачу. Известно лишь, что он некоторым образом (но не всегда) реагирует на некоторые внешние раздражители (регулирующие меры крупнейших государств и международных финансовых институтов). Теоретически и практически выверенной модели жизнедеятельности этого «ящика» нет. Как «черный ящик», он способен продолжать относительно стабильно функционировать, но может породить и финансовый кризис.

Процессы генезиса нового качества экономики XXI в. не случайно оказались «завязаны» на два феномена – глобализацию и развитие современных технологий. Оба эти процесса не случайно вызвали к жизни феномен виртуального фиктивного капитала. На поверхности эти процессы проявили себя как прогрессирующие развертывание виртуальной экономики, финансовая глобализация и итожащая все это «финансиализация». Финансовый рынок в условиях глобализации является мировым и лишь отчасти зависит от регулирования, которое осуществляется преимущественно на национальном уровне.

Фиктивный капитал «живет» исключительно как некоторый знак возможного получения прибыли и имеет свою стоимость только как производная нескольких параметров весьма далеких от процесса создания стоимости.

Этот капитал фиктивен не в том смысле, что он нереален, а в том, что перед нами реальность особого рода. Такой капитал по своей природе количественно и качественно неопределен. Он не может быть определен количественно, ибо в принципе неизвестно и не может быть даже приблизительно оценено, какова его действительная величина, то есть стоимость, выраженная в денежном эквиваленте. Известна лишь постоянно изменяющаяся оценка, зависящая не от стоимости данного «товара». Существенно изменились отношения собственности, став системой прав собственности на постоянно «странствующий» фиктивный капитал и распределения дохода.

Фиктивная форма капитала является неким триединством: это одновременно есть форма существования капитала, собственности и риска.

Таким образом, фиктивную форму капитала можно рассматривать как виртуальный капитал. Виртуальность в данном случае означает не только электронную форму, но и их вероятностное, неустойчивое, случайное бытие. Она позволяет охарактеризовать его как реальность особого рода, имеющую качественную и количественную неопределенность, аллокированность в пространстве и во времени, неподконтрольность регулированию, играющую роль универсального оценщика любого актива и механизма сделок с любой формой капитала, берущего на себя функции денег как меры стоимости и механизма обращения.

Капитал порождает в процессе своего самоотрицания новое пространство и новое время своего доминирования – сферу трансакций. Это пространство и время жизнедеятельности международного виртуального фиктивного капитала, которые могут быть соотнесены с самой формой финансового рынка.

Виртуальная форма этого капитала оказывает значительное влияние на его содержание, делая его адекватным современным экономическим реалиям современной глобализированной экономики в эпоху «финансовой турбулентности»:

– виртуальный капитал становится принципиально более мобилен во времени и в пространстве, нежели капитал, имеющий любую другую форму. Виртуальное бытие позволяет ему перемещаться в любые точки пространства с практически мгновенной скоростью и с минимальными «транспортными» (транзакционными) издержками. Тем самым виртуальный капитал обретает такой носитель, такое материальное воплощение, которые сами по себе являются всемирными и вечными;

– виртуальный капитал, оказывается, связан с конкретным субъектом (физическим или частным лицом), с конкретным положением в социальном пространстве-времени лишь по форме собственности и может менять своего

хозяина сколь угодно быстро и часто (что и происходит постоянно на финансовых рынках). Если добавить к этому принципиальную сложность (такую сложность, когда отображение всех связей в системе уже невозможно) и размытость современной системы прав собственности, то станет ясно, что виртуальный капитал – это не только капитал, оторвавшийся от производства, но и не находящийся сколько-нибудь устойчиво в частной собственности каких-либо конкретных физических или юридических лиц. Последнее означает, что виртуальный капитал не является объектом сколько-нибудь устойчивого регулирования и контроля со стороны какого-либо лица;

– противоречие между свойствами информации и свойствами капитала приводит к тому, что частная собственность на виртуальный капитал, его отчуждение и присвоение становятся феноменами, зависимыми от формальных и тоже виртуальных «правил», регулирующих его движение. Всякие материально-производственные и личностные связи (в том числе между собственным капиталом и работниками, а также связи собственников с физическими объектами) постепенно исчезают и заменяются процессами, протекающими в компьютерных сетях. Более того, виртуальный капитал в целом становится полностью зависимым от качества информационной сети (она едина во времени и пространстве) в целом. Субъект, контролирующий информационные сети всего мира, оказывается властелином единого материального носителя всего виртуального капитала, материального носителя «всех денег мира» (но не денег как таковых, ибо деньги – это не материальный носитель). Тем самым виртуальный характер капитала, обретение капиталом-деньгами нового носителя означает и существенные изменения в социально-экономическом содержании капитала. Этот носитель позволяет любому капиталу стать всемирным, вечным и предельно подвижным, имеющий такой носитель капитал лишь формально связан с конкретным собственником, и эти связи постоянно меняются, что является его атрибутивной характеристикой: он зависим во всех своих звеньях от единой информационной системы человечества и является предельно могущественным и в то же время предельно уязвимым.

Существуя прежде всего виртуально (в компьютерных сетях), он тем не менее реально впитывает все высшие достижения цивилизации, все больше укрепляет свое господство, выкачивая соки из материального производства, природы и человека.

Создание прибавочной стоимости допотопными формами капитала (купеческим и ростовщическим, действовавшими вне непосредственного материального производства) было объяснено Марксом способностью рабочей силы создавать прибавочную стоимость. Разрыв этой связи ныне происходит вне материального производства, в рамках обращения, где транзакции сами по себе приносят дополнительные деньги. Но нынешний этап – это не просто возврат к спекуляциям торгового и ростовщического капитала. Это нечто большее.

Накладываясь на гигантский рост обобществления в мировом масштабе (высокоэффективные и дешевые транспортные и телекоммуникационные системы и т.п.), и, главное, генезис электронных технологий, «рынка сетей», и виртуальных денег капитал порождает в процессе своего самоотрицания новое пространство и новое время своего доминирования – сферу трансакций. Именно здесь сосредоточены основные (по своей роли) и гигантские по своим масштабам (сравнимые с бюджетами государств) капиталы современного мира.

Для глобальной экономики рубежа веков характерно, что наиболее современные, определяющие лицо экономики сегодняшнего и завтрашнего дня информационные продукты сейчас, главным образом, производятся, потребляются, распространяются в секторе воспроизводства превращенных форм человеческой жизнедеятельности, то есть в сфере, где одни превращенные социально-экономические формы используются для производства, тиражирования других таких же превращенных форм. С социально-экономической точки зрения этот сектор есть сфера создания, потребления и превращений (трансакций) продуктов глобального виртуального капитала.

Виртуальная форма фиктивного капитала обладает на несколько порядков большей степенью мобильности и скорости обращения во времени и в пространстве, характеризуется значительной степенью концентрации, обладает меньшей степенью интеграции с производственным сектором.

Постепенное отдаление фиктивного капитала от целей и потребностей материального производства приводит к смене приоритетов в выпуске ценных бумаг: вместо привлечения дополнительного капитала – смена прав собственности.

Таким образом, современная виртуальная фиктивная форма капитала – это есть новое качество капитала, соединение прежних качеств фиктивного и финансового капитала и новых качеств, порожденных развертыванием информационных технологий, корпоративно-сетевых рынков и процессов сращивания транснациональных финансовых и иных корпораций, национальных государств и международных финансовых институтов.

Существование и движение фиктивной формы капитала в теоретическом плане углубляет научные представления о сущности капитала, собственности, стоимости, а на практике преодолевает накопившиеся ограничения, придает капиталу свойства, адекватные современному состоянию экономики, позволяет строить адекватную новой эпохе систему институционального регулирования финансовой сферы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бугалин А. В., Колганов А.И. Глобальный капитал. М.: УРСС, 2004. 512 с.

Креативная экономика и социальные инновации
Creative Economics and Social Innovations

2. Ермолаев К.Н. Преодоление границ в движении капитала в эпоху глобализации: о фиктивной (титульной) форме существования капитала // Границы и переходы: социальные инновации в культурном процессе. Самара: Век #21, 2010. 272-287
3. Канке В. А. Философия экономической науки: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 384 с.
4. Корнейчук Б. В. Институциональная экономика: учебное пособие для вузов. М.: Гардарики, 2007. 255 с.

УДК 378.316.168

КРЕАТИВНОСТЬ ДЕЙСТВИЯ В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ МУЗЕЙНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

© 2023 В.И. Ионесов (*Самара, Россия*)

Аннотация. В отличие от стандартных толкований, автор утверждает, что предметные экспозиции музея могут быть полезными для общества лишь тогда, когда это прошлое удаётся связать и актуализировать с современной культурной практикой. В статье рассматриваются коммуникативные возможности культурных практик музейного проектирования в контексте визуальной репрезентации артефактов. Показывается, что образцы музейного экспонирования есть не только хранимые и выставляемые в музее вещи, но и артефакты, включаемые в конструирование креативной среды и коммуникативного пространства культуры. В этой своей проекции они становятся участником межкультурного диалога и, тем самым, выступают фактором социальных изменений. Принимая широко известное предложение о том, что культура может служить важным инструментом сближения народов и социальных преобразований, автор, вводит некоторые уточнения в данный тематический ракурс и в плоскость эстетизации культуры в контексте коммуникативной модели креативной деятельности. Обосновывает, что эффективность любого социального института, в том числе и институций, связанных с искусством, зависит от степени его вовлечённости в культурный процесс, в том числе, через освоение имеющихся у него ценностно-эстетических и коммуникативных практик.

Ключевые слова: креативность, коммуникация, музей, наследие, артефакты, визуализация проектирование, трансформация.

CREATIVENESS OF ACTION IN COMMUNICATION PRACTICES OF MUSEUM PROJECTING

© 2023 V.I. Ionesov (*Samara, Russia*)

Abstract. Unlike standard interpretations, I argue that the objects exhibited at museum can be useful to the society only when we manage to relate and update them (this past) to the real life. In this article is considered the communicative possibilities of cultural practices of museum projecting in context of visual representation of artefacts of peacemaking. The author challenges the view at the exhibits of museum only as stiffened trace of time, memory index and memorial objects. It is proposed to consider museum artifacts as actual participants of current events from two angles of vision. Historical artifacts as museum exhibits and bygone experiences (samples of the past) acquire their meaning and significance only in contact with the present, joining the dialogue on the latest challenges humankind faces here and now. Accepting the well-known proposal that culture can serve as an important tool for bringing peoples closer together and social transformations, author makes some clarifications in this thematic perspective and expands it into the plane of aesthetization of culture in the context of the communicative model of creative activity. Effectiveness of any social institution, including institutions associated with art, depends on the degree of its involvement in the cultural process, including through the development of its value-aesthetic and communicative practices.

Keywords: creativeness, communication, museum, heritage, artefacts, visualization, projecting, transformation practice.

Введение

Мир меняется, наследие остаётся. В этой ситуации обостряется противоречие между наследием прошлого и современностью, т.е. смыслом того, кому и чему служит наследие и того, как оно участвует в трансформациях современной культуры. Иначе говоря, встаёт вопрос: как сделать наследие современным, притягательным и конструктивным для настоящего. Поскольку только в этом случае наследие может быть эффективным ресурсом культурной политики, выполняя свою охраняющую функцию для культуры.

Едва ли не самыми репрезентативными площадками культурной ретрансляции социальных ценностей являются объекты музейно-выставочной деятельности. В культурных практиках музейного проектирования ярко артикулируются коммуникативные возможности предметного мира социума.

Музейные артефакты позиционируются в качестве актуальных участников культурных практик в двух ракурсах видения. *Исторические артефакты как экспонаты музея и опыт пережитого* (образцы прошлого) обретают свои смыслы и значения лишь в соприкосновении с настоящим, включаясь в диалог по самым последним вызовам бытия. Музей как своего рода классификатор культуры служит важнейшим институтом сохранения и визуализации исторической памяти.

Музей в проекциях меняющейся культуры: может ли прошлое быть современным

В культуре музей выступает в самых разных проекциях. Так, музей это: 1) место коллекционирования и сохранения исторически значимых артефактов; 2) институт репрезентации социальных ценностей; 3) витрина образцов художественно-эстетического творчества; 4) механизм ретрансляции и передачи памяти (опыта); 5) технология культурной коммуникации; 6) объект социокультурного проектирования и креативной практики. Как же сделать меморативные объекты и музейные технологии эффективным инструментом культурной политики?

В своём недавнем исследовании культурной миссии современного музея Клэр Бишоп (вслед за В. Беньямином) различает два вида историй: одну, как хранилище сакраментальной памяти (наследия), увековечивающая триумфы, и вторую как способ переквалификации и идентификации запросов сегодняшнего дня, выискивающий «в прошлом источник настоящего исторического момента», что и есть «определяющая мотивация нашего интереса к прошлому». Исследовательница обращает внимание на то, что «вместо того чтобы думать о музейных коллекциях как хранилищах сокровищ, их можно переосмыслить как общественные архивы» [1, с. 72], то есть своего рода ресурсно-

консалтинговые центры культуры, визуализирующие альтернативы развития и побуждающие нас к активной преобразовательной социальной практике.

Однако в современной музейной политике всё ещё сохраняется доминирование лишь первой охранительной функции музея. Именно с этим связан отрыв сакрально-оберегаемого мира музейных ценностей от насущных требований сегодняшнего дня.

В этой связи, необходимо различать наследие как 1) меморативное хранилище историй и ценностей прошлого и наследие как 2) субстрат настоящего, современного, причём самого насущного. Прошлое в своей культурно-ценностной проекции обретает свою конструктивную функцию через его широкое и ответственное вовлечение в актуальную практику современности.

Но что значит охранять? Охранять наследие следует понимать как возможность соединять, согласовывать, сочленять прошлое, настоящее и будущее. Без актуального настоящего, прошлое теряет всякое значение. Прошлое удерживается в культуре посредством современного, ибо нельзя охранять охраняемым. То, что охраняет должно быть отзывчивым, подвижным и *своевременным*. Ведь прошлое не живёт прошлым, оно таковым (прошлым) становится посредством и ради самого актуального настоящего.

Музейное проектирование как культурная практика

Представляется также важным трактовать музейное проектирование как культурную практику, генерирующую новые ценностные установки и значения в системе отношений прошлого и настоящего. В культурной практике предметной репрезентации конструируется коммуникативное пространство диалога вещи (экспоната) и человека (зрителя). При этом важно отличать культурную практику от других видов культурной деятельности людей.

Под *культурной практикой* понимается актуальный способ (образец) приложения (реализации) освоенных человеком/группой знаний (опыта), посредством которого осуществляется коммуникативный эффект смещения перспектив культурной деятельности [3-4]. В этой связи, не любой вид культурной деятельности правомерно определять как культурную практику. Содержательными компонентами культурной практики выступают: а) совместная проектная деятельность или соучастие, направленная на включение в культуру; б) необходимость в переменах, реорганизации, обновлении сложившихся культурных стереотипов; в) освоение, принятие и продвижение новых культурных установок (идей, проектов); г) публичная репрезентация и визуализация культурных ценностей; д) смещение и трансформация границ (перспектив) культурного поля; е) конструирование и продвижение новой модели взаимодействия (поведения); ж) расширение коммуникативного пространства культуры; з) креативность действия [3].

Однако в своей основе все эти проекции обусловлены взаимодействием между социальными и предметными артикуляциями культуры. Иначе говоря, речь идёт об отношении человека и вещи [3; 5]. Люди создают вещи и вклады-

вают в них не только свою энергию (деятельность), но и своё видение мира, ценностные представления, чувственно-художественные переживания, социальный опыт. Ведь всякое веществование, по существу, есть приближение мира [5, с.316].

Следовательно, есть несколько причин рассматривать музей как культурную деятельность и креативную практику. Во-первых, музей выступает как институт культивирования опыта и образцов социальной практики посредством включения выставляемых артефактов в диалог с людьми. Во-вторых, предметные экспозиции музея могут быть полезными для общества лишь тогда, когда это прошлое удаётся креативно связать и актуализировать с настоящей жизнью. В-третьих, оставляя и выставляя артефакты только в качестве экспонатов прошлого мы, тем самым, консервируем и даже умертвляем их, лишая их функциональной сопричастности с современностью. В-четвертых, креативные практики музея культивируют коммуникативную мобильность и гражданскую дипломатию.

Об эстетизации культуры и креативности действия

Трудно не признать, что музейные практики и шире, креативные индустрии являются едва ли не самыми репрезентативными площадками для культурной ретрансляции социальных ценностей. При этом складывающиеся новые формы взаимодействия искусства и экономики расширяют возможности для культурной политики, делая её более результативной и социально-значимой. Экономику и искусство сегодня во многом объединяет креативность действия. Ведь как заметил Дмитрий Сергеевич Лихачёв: «Жизнь – это прежде всего творчество». В условиях быстро меняющейся реальности именно креативность действия становится движущим механизмом социальных преобразований. Но возникает вопрос, на что направлена художественная деятельность способна ли она существенно изменить экономику, политику, образование? Чем она управляет, какой частью социальной реальности? Когда культура становится политикой, а политика культурой? Могут ли традиции быть современными? Чем измеряется продвижение культуры и её художественных институций? Ответы на эти вопросы определяют наше понимание формата и степени практической вовлеченности культуры в социальные изменения.

Значение данной когнитивной установки усиливается тем, что современность всё отчётливее позиционируется как эпоха битвы за культуру или эпоха сопротивления культур. Вот почему актуальным призывом сегодняшнего дня может быть лозунг: «Внимание на культуру!». Ориентация на культуру позволяет на многое пролить свет и найти возможности для решения насущных вызовов конфликтующего мира. Больше того, наука о культуре сегодня, по существу, служит эффективным методологическим инструментарием в диагностике и объяснении структурных пертурбаций и вызовов глобализации. Если раньше (до 70-х гг. 20 в.) приобщение к культуре рассматривалось как фактор развития личности, то на современном этапе – как фактор развития экономики (обще-

ства), городов и регионов, а следовательно, как стратегия перемен и национальной безопасности. Современная культура открывает нам также новый опыт и переживание. Только через практику соучастия и креативности действия культура во многом оправдывает своё стремление служить человеку и успевать надлежащим образом меняться. В мире, где всё привязано к культуре, кто первым генерирует культурную реальность и владеет искусством управления изменениями, тот и контролирует социальные приоритеты, характер преобразований и добивается успеха [4].

Искусство в этом процессе перекодирования культурных смыслов и ценностей оказывается «сердцем трансформации» [6]. Поэтому здесь актуализируется ещё одна прокламация: «*Внимание на искусство!*». Роль искусства, и шире культуры сегодня трактуется в гуманитарном знании по-разному. В одном случае, размываются какие-либо границы искусства, в другом – искусство освобождается от каких-либо социальных обязательств и этических норм, в третьем – искусство преобразуется в контекст, отрываясь от самого произведения (арт-объекта). Кто-то даже заявляет о смерти искусства. Имею в виду Артура Данто. Хотя как признаёт известный теоретик художественной культуры: тот факт, что в современной культуре «всё в принципе может быть искусством, из этого еще не следует, что всё в действительности есть искусство». При этом, само «определение – что есть искусство – устанавливается миром искусства» [1].

Сегодня очевиден переход от узкого, сегментированного понимания искусства к её онтологическим проекциям. Внедрение новых креативных практик, «эстетических пространств» и арт-технологий вписывается и обуславливается рядом теоретических и прикладных разработок. К первым следует отнести: а) контекстуализм; б) интертекстуальность; в) пост- и недавно заявивший о себе метамодернизм. Ко вторым, ориентированным на арт-креативные практики, прикрепляются: а) сетевое искусство или net-art; б) бриколаж; в) ready made; г) DIY (do it yourself / сделай сам) и даже в известной мере д) нейроэстетика.

В процессе *эстетизации культуры* велика роль музыки. А.Ф. Лосев рассматривал музыку как высшую форму откровения в искусстве в силу того, что именно музыка есть идеальное воплощение движения жизни. Иными словами, благодаря музыке мы можем услышать и прочувствовать реальный жизненный процесс в потоке своего становления, здесь и сейчас.

В отличие от музыки в других видах искусства – скульптуре, архитектуре, живописи, литературе и пр., есть что-то утяжеляющее или урезающее, недостающее. Визуальный арт-объект обременен материей, формой-образом, а значит, несет на себе некую печать постоянства и неподвижности. Слово также отягощено постоянством своей грамматической структуры, идеи и текста, то есть императивно заданными границами. Музыка же актуализирует энергию предельной свободы и независимости в потоке чистого становления и потому отстранена от онтологического затвердения и неподвижности. Здесь властвует стихия неуправляемого становления, «изменчивость в постоянстве», то есть во-

площадется сама онтологическая сущность культуры. Не случайно, Ницше связывал рождение мифа именно из духа музыки.

Джону Леннону приписывается замечательное по своей точности определение: «Всё, что отнимает жизнь, возвращает музыка». Очевидно, музыкализация культуры в критических ситуациях социального преодоления, испытания и надлома, больше, чем просто эстетический порыв в художественном освоении реальности – это, прежде всего, онтологический принцип, способ реорганизации культурной жизни и привнесения определенности в неопределенность бытия.

«Нам песня строить и жить помогает». Музыка позволяет снимать боль, преодолевать невзгоды. Как известно, ни одна победа в революциях, войнах, социальных преобразованиях (Великая Французская революция, Октябрьская социалистическая революция, ВОВ, Молодежная революция, перестройка, постсоветская Россия) не обходилась без музыкального сопровождения. Я бы сказал даже так: там, где нет музыки, там жди неприятностей, потерь и краха. Думается, помимо всего прочего, проблема нашей современности – недостаток музыки, вернее музыкального сопровождения того, что так быстро и драматично меняется. Где искать поддержку, как не в музыке? Но много ли написано песен, симфоний, опер и иных музыкальных сочинений о драме современности, тревогах, овладевших думами и чувствами людей?

Становится очевидным, что путь преобразования культуры лежит не столько на стандартах поведения, сколько на художественном преображении, эстетизации культуры и синтезе искусств. *Эстетизация культуры* может рассматриваться как парадигма позитивных изменений и сценарий конструирования новой коммуникативной среды. При этом важно сосредоточиться не столько на знании как таковом, сколько на креативном использовании знания, его социальном проектировании и включении в культуру. Ибо в сегодняшнем мире как точно заметил Стив Джобс «мало обладать выдающимися качествами, надо ещё уметь ими пользоваться».

Заключение

Таким образом, артефакты музея как меморативные объекты не есть лишь экспонаты для себя и сами по себе, но они обретают свою культурную ценность лишь через коммуникативную включенность и в окружении, и посредством тех, кто в них нуждается. Без этого коммуникативного эффекта и онтологического сцепления стирается социальная значимость музейных экспонатов как культурных ценностей. Вещь в культуре становится ценностью, лишь оторвавшись от своей, замкнутой на себя, предметности, прикрепившись к другому. Примечательно, что самое ценное мы определяем как *бесценное*. Это позволяет нам допустить, что музей оживает и прирастает своими связями с тем культурным миром, который лежит в стороне от него, в сфере, большой и беспокойной современной жизни. Креативное практика в музейной политике состоит в умении

согласовывать пространство и время, человека и вещь, традиции и инновации, а порою, искусно соединять несоединимое.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бишоп К. Радикальная музеология, или так ли «современны» музеи современного искусства? М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2014. 96 с.
2. Данто А. Что такое искусство? М.: «Гараж»; Ad Marginem, 2017. 168 с.
3. Ионесов В.И. Коммуникативные преобразования в миротворческих практиках музейного проектирования // Модернизация культуры: порядки и метаморфозы коммуникации. Материалы III Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2015. С. 47-52.
4. Об эстетизации культуры и креативности действия в меняющемся мире // Ионесов В.И. Мировоззренческие основания культуры современной России. Сборник научных трудов XIV Международной научной конференции. Магнитогорск, 2023. С. 52-56.
5. Хайдеггер М. Вещь // М. Хайдеггер. Время и бытие / Пер. с франц. В.В. Бибихин. М.: Республика, 1993. 448 с.
6. Художественные парадигмы в эпоху социальной турбулентности», Междунар. науч.-практ. форум: в 2 т. Материалы Междунар. науч.-практ. форума (Самара, 2017/2018) / СГИК; под ред. В.И. Ионесова. Самара: СГИК; М.: ООО «Издательство «Согласие», 2019 (Т.1, с.806; Т.2. с.684)

УДК 008.1/6

КОММУНИКАТИВНЫЕ СДВИГИ В КУЛЬТУРНОМ ПРОЦЕССЕ: ОТ ЛИЧНОСТИ КАК СУБЪЕКТА К ЛИЧНОСТИ КАК ОБЪЕКТУ

© 2023 Н.А. Хренов (Москва, Россия)

Аннотация. Чтобы понять нарастание в культуре мозаичности, ущемляющей права тех повествовательных структур, в которых утверждается личностное, т.е. авторское начало, необходимо иметь представление о том, что еще в конце XIX века называли «психологией масс». В статье данная тема раскрывается в контексте перехода от личности как субъекта в коммуникативном процессе к личности как объекту.

Ключевые слова: культура, коммуникативный процесс, личность, социальная психология, субъект коммуникации, медиа.

COMMUNICATION SHIFT IN CULTURAL PROCESS: FROM PERSONALITY AS SUBJECT TO PERSONALITY AS OBJECT

© 2023 N.A. Khrenov (Moscow, Russia)

Abstract. It is necessary to have an idea of what was called the "psychology of the masses" at the end of the nineteenth century to understand the growth in culture of mosaicism, infringing upon the rights of those narrative structures in which the personal or author's sense. In the article, this topic is revealed in the context of the transition from the personality as a subject in the communicative process to the personality as an object.

Keywords: culture, communicative process, personality, social psychology, subject of communication, media.

Пытаясь проследить историю коммуникации под углом зрения негативных последствий ее вторжения в культуру, мы ставили акцент на перманентном отрыве неподлинной коммуникации от подлинной, оставшейся в глубокой истории [7-8]. Какие-то уровни этой неотчужденной коммуникации продолжают сохраняться и в современной культуре, хотя под них и подведен уже фундамент электронных технологий.

Но есть еще один аспект функционирования коммуникации, связанный, с одной стороны, с тем, что в свое время Г. Лебон называл «психологией масс», а позднее в науке будут называть социальной психологией, а, с другой, с общественными структурами и государственными институтами. Ведь если допустить, что неподлинные средства на протяжении всей истории коммуникации распространяются, то это продиктовано силами и стихиями, находящимися не внутри, а вне коммуникативных процессов. Следовательно, эти процессы не

всегда являются стихийными. Здесь возникает проблема направленности коммуникации. Касаясь воздействия интернета, Г. Рейнгольд пишет: «Нас заботит не только то, как мы пользуемся техникой, но и то, кем мы становимся, пользуясь ею» [5, с.261]. Кого в данном случае Г. Рейнгольд имеет в виду под субъектом коммуникативных процессов? Личность, социальную группу, субкультуру, общество, государство?

До беспрецедентного взрыва, что имел место в коммуникативных процессах XX века, внешние силы в виде не только государства и церкви еще контролировали и сдерживали энергию масс, способную проявиться в разрушительных формах. Именно эту мысль и находит у Руссо Ж. Деррида, обращая внимание на констатируемое рассредоточение соседства, что, если перевести на специфическую для коммуникации терминологию, означает отсутствие интеракции в ее элементарной форме как выражение угнетения и произвола власти («Правительства, угнетающие свои народы, делают одно и то же: разрушают наличие и соналичие граждан, единодушие «собравшегося народа», рассеивают людей, держат своих подданных порознь, лишая их тем самым чувства сопринадлежности общему пространству речи и общения, основанного на убеждении» [1, с.287].

Что же это означает, когда Ж. Деррида говорит о сопринадлежности каждого общему пространству речи? Это пространство и есть пространство площади или того типа коммуникации, которое успешно преодолевается в границах индустриальных и постиндустриальных обществ. Эта государственная политика введения участвующих в коммуникации масс в желаемое для государства русло сопровождает всю историю коммуникации. Поэтому коммуникация постоянно оказывается регулируемой. Следовательно, она постоянно склоняется к монологу, демонстрируемому тоталитарными обществами, а не диалогу.

О том, как это происходит, превосходно показывает Э. Каннети, прибегая к анализу проявлений психологии массы в определенное время и в определенном пространстве. Правда, он это показывает, обращаясь к опыту церкви. Однако какие бы способы власть не применяла, чтобы масса изживала свои эмоции в границах рассредоточенной в пространстве коммуникации, тем не менее, в истории эти заданные и культивируемые государством коммуникативные нормы масса постоянно разрушала, возвращая к давно, казалось бы, преодоленным традиционным формам коммуникации, символизируемым площадью. Такими формами являются различные варианты поведения массы на улицах и площадях, когда масса нуждается в непосредственном выражении эмоционального напряжения, связано ли оно просто с праздничным временем или же с общественными потрясениями и необходимостью продемонстрировать власти свое недовольство. Архетипом такой формы коммуникации, пожалуй, можно считать Нагорную проповедь Христа.

Мы уже констатировали то, что в нашей науке существует традиция разведения средств коммуникации, в которых интеракция присутствует, и средств коммуникации, в которых она отсутствует. Мы уже отмечали, что те средства

коммуникации, в которых интеракция предстает в своем непосредственном выражении, называются средствами массового воздействия, а те средства, в которых она лишь имитируется, а, по сути, отсутствует, называются средствами массовой коммуникации. Это обозначение, конечно, весьма спорное, поскольку средства массовой коммуникации представить без массового воздействия невозможно. Но сама попытка развести эти коммуникативные формы заслуживает внимания.

Чтобы понять комплекс массы, связанный со стремлением к неограниченному росту, обратимся к Э. Каннети, который как никто ощутил и попытался этот комплекс осмыслить. Э. Каннети фиксирует внимание на стремлении массы к своему росту до бесконечности. Однако этот комплекс массы культура постоянно ограничивала. К одному из способов такого ограничения прибегла церковь. «Благодаря равномерности служб, совершающихся в строго установленном время, - пишет Э. Каннети - точности воспроизведения знакомых ритуалов массе обеспечивалась возможность как бы пережить самое себя в прирученном состоянии» [3, с.5]. Вот этому стремлению ограничивать выражение эмоций в своей непосредственности в истории соответствовали не только культурные, но и зрелищные сооружения. В частности, античные амфитеатры, необходимость в которых ощущали императоры [10]. На примере функционирования таких амфитеатров можно проиллюстрировать, как человек трансформируется в человека массы или массового человека, ставшего позднее предметом внимания Х. Ортеги-и-Гассета.

Такие сдерживающие и ограничивающие средства были эффективными лишь до того периода радикальной переходности, что имела место в XX веке. Урбанизационные процессы, увеличение численности населения и рост городов как процессы, выражающие суть индустриальной цивилизации, привели к тому, что эффективно действующие в прошлой истории институты, регламентирующие поведение массы, с этими функциями больше не справляются. Масса испытывает желание ощутить свой рост и выйти за пределы навязываемых ей ограничений. Этот совершающийся переход закрытой массы в открытую Э. Каннети называет «извержением», что и составило смысл массовой коммуникации.

Как это «извержение» (Каннети) или «взрыв» (Маклюен) можно представить? Вот как описывает это извержение Э. Каннети. «Может быть потому, - пишет он – что масса основательно очистилась от содержания традиционных религий, нам стало легче наблюдать ее в чистом, если угодно, биологически чистом виде, без тех трансцендентных смыслов и целей, которые раньше она позволяла в себя влить. История последних ста пятидесяти лет ознаменовалась резким увеличением числа извержений; это справедливо и по отношению к войнам, которые стали массовыми войнами. Масса уже не удовлетворяется благочестивыми обетами и обещаниями, она хочет испытать великое чувство собственной животной силы и страсти, используя для этого любые социальные претензии и поводы» [3, с.26].

Понятно, что появление последующих технологий, на основе которых оказалось возможным развитие кинематографа, а затем телевидения и интернета явилось выходом из этого затруднительного положения. В данном случае как раз и важно поставить вопрос: а не происходит ли в случае появления каждого нового средства коммуникации разрыв между коммуникацией, с одной стороны, и культурой, с другой? История коммуникации обязана продемонстрировать процессы и разрыва, и, с другой стороны, преодоления такого разрыва. Чтобы этот вопрос прояснить, обратимся к тому направлению в изучении массовой коммуникации, которое называется археологией медиа. Это обращение позволит объяснить то, что со временем средство коммуникации, воспринимающееся первоначально как отклонение от культуры, тем не менее, со временем становится по отношению к ней репрезентативным.

Все дело в том, что возникающие средства коммуникации не всегда являются качественно новыми. В них проявляются существующие до предоставленных техникой возможностей культурные архетипы. В качестве иллюстрации действия архетипов обратимся к одному из направлений исторического изучения медиа, к идеям финского исследователя Э. Хухтамо. Хотя в этой концепции выявлены далеко не все аспекты расхождения между потенциальными возможностями медиа и способностями общества их освоить, тем не менее, в ней намечается приближение к актуальной теме исследования медиа. Она касается того, как история медиа соотносится с историей культуры, а также с историей тех форм, которые культура за тысячелетия своей истории успела сформировать. Сторонникам отождествления современной культуры с практикой медиа можно было бы в связи с этим предъявить такой аргумент. Несмотря на выпадение из культурной матрицы технологий, на основе которых функционируют медиа, все-таки культура не теряет надежды их вернуть в свою матрицу, окультуривать их и подчинять своей логике. Так, представляя сравнительно позднее изобретение, медиа, тем не менее, в своем функционировании нередко воспроизводят именно эти, подчас весьма архаические формы культуры, а не демонстрирует, как это часто кажется, нечто принципиально новое и культуре пока неизвестное.

Не случайно один из самых глубоких теоретиков медиа, в частности, кино и телевидения В. Михалкович находит аналогии между одержимостью в архаических и традиционных культурах временем и пространством и реализацией с помощью современных технологий этого комплекса в кино и телевидении. В связи с этим он обращает внимание на некоторые сюжеты Библии, в частности, на образ Аэндорской волшебницы, показывающей царю Саулу тень пророка Самуила. В этом сюжете улавливается идея волшебного фонаря как прообраза кино и телевидения [9]. В библейском сюжете отсутствует деление времени на прошлое, настоящее и будущее. Комментируя этот архетип, В. Михалкович пишет: «Нечто аналогичное происходит благодаря кинематографу – он тоже отменяет тройственное членение времени: камера будто изымает фиксируемые объекты из его хода. В этом, полагал Андре Базен, кино будто смыкается с кол-

лективным бессознательным, которому извечно присуща «потребность защитить себя от времени». Человек архаических культур ставил «посмертную жизнь в прямую зависимость от материальной сохранности тела». Отсюда возникла практика мумифицирования, направленная на то, чтобы «искусственно закрепить телесную видимость существа». Эту практику словно подхватили и продолжили технические средства репродуцирования: сначала – фотография, которая «мумифицирует время, предохраняя его от самоуничтожения», затем – кино, благодаря которому «впервые изображения вещей становятся также изображением их существования во времени и как бы мумией происходящих с ними перемен». И кадр, и всякий фильм в целом сохраняют внутри себя основные, фундаментальные модальности времени – прошлое, настоящее и будущее, но частное, локальное время кадра или фильма отторжено от времени объективного мира и замкнуто в себе самом. Следует заметить, что такие же структуры локального, замкнутого времени присущи и телевидению, но сверх того ТВ будто гложет страсть к овладению все более масштабными пространствами, отчего все ощутимее углубляется расхождение между обоими средствами» [4, с. 97].

Теория Э. Хухтамо позволяет осмыслить медиа не только с точки зрения социологии, но и культурологии, хотя к обобщениям методологического характера сам Э. Хухтамо явно не склонен. Предпринявший исследование медиа в специфическом направлении Э. Хухтамо пишет: «В данном случае цель археологии медиа заключена в том, чтобы продемонстрировать, что за явлениями, которые на первый взгляд могут казаться беспрецедентными, часто скрываются модели и схемы, появившиеся в более ранних контекстах» [11, с.120]. Э. Хухтамо убежден, что, занимаясь раскопками прошлого, археология медиа проливает свет на их настоящее. Так, сам Э. Хухтамо в истории зрелищной культуры пытается отыскать то, что применительно к кино и телевидению называют экраном. В ходе своих исследований он приходит к выводу, который является совершенно антимаклюеновским. Ссылаясь на Р. Уильямса, он пишет, что технология как таковая еще не определяет культурные формы, которые будут ей приданы [11, с. 152].

Сегодня эта проблема становится весьма актуальной в связи с функционированием интернета. Ведь его изобретатели явно не могли предусмотреть все возможные варианты его функционирования, т.е. того, как им способно воспользоваться общество. Пытавшийся понять последствия возникновения интернета на общество Г. Рейнгольд пишет: «ЭВМ и интернет закладывались их создателями, но то, как люди будут пользоваться ими, не закладывалось ни в какую технологию, и ни их создатели, ни продавцы не предвидели наиболее революционные приложения этих устройств» [5, с.256]. Таким образом, хотя Э. Хухтамо по поводу культуры и ее отношений с медиа и не философствует, тем не менее, он обнаруживает значимый аспект и исторической эволюции медиа, и тех противоречий в отношениях между медиа и культурой, которые в наше время достигают пика.

Они связаны с выявлением весьма непростых взаимоотношений между медиа и культурой, которые в некоторых суждениях предстают буквально синонимами, хотя на самом деле таковыми не являются. Разобраться в этом важно не только ради того, чтобы глубже понять природу, структуры и функции медиа, но и точнее представлять, что же такое культура как таковая, ее предназначение и ее функции. В отношениях коммуникации и культуры не просто разобраться, если в этот сюжет не ввести понятие цивилизации. Медиа связана с технологиями, а технологии выражают установку не только культуры, но и цивилизации. Там, где эти установки являются наиболее радикальными, ущемляются права культуры, т.е. гуманитарного ядра истории. Это означает, что коммуникация должна ориентироваться на личность или, если выразиться языком философии, на субъекта, точнее, на личность как субъекта.

Однако если коммуникацию рассматривать сквозь призму установок цивилизации, то в этой коммуникации личность предстает уже не субъектом, а объектом. Ведь к личности цивилизация относится с функциональной точки зрения. Цивилизация делает человека функциональным, что порождает отчуждение. Общим контекстом социального функционирования медиа является история коммуникации, в которой постоянно ощущаются ее разрывы с культурой. Подчеркнем: конфликт между медиа и культурой есть частное проявление конфликта между культурой и цивилизацией. Медиа противостоит культуре тогда, когда реализует установки цивилизации, превращая человека в функциональное существо, объект, что свидетельствует о развертывающихся процессах отчуждения.

Конечно, когда О. Шпенглер обозначает последние столетия в истории культуры одной фазой и эту фазу он называет цивилизацией, он не так уж и не прав. Тем не менее, даже если не придерживаться точки зрения О. Шпенглера, очевидно, что в последние столетия цивилизация с ее политическими, экономическими и технологическими факторами, с ее ориентацией на материальные ценности, что привело к трансформации массовых обществ в общества потребления, теснит культуру, связываемую нами с духовными смыслами. Конечно же, функционирование медиа, развертывающееся на основе технологий, свидетельствует о медиа как, прежде всего, агенте цивилизации, а не культуры. Но отторгать медиа от культуры было бы ошибкой. Тем не менее, цивилизация исходит из человека, прежде всего, как объекта, относится к нему утилитарно и функционально. Между тем, человек есть субъект истории. История гуманитарных наук свидетельствует о сопротивлении нарастающему давлению цивилизации и, следовательно, отчуждения человека.

Такое сопротивление было реальным уже в XV-XVI веках, когда возникла эстетика как научная дисциплина, реабилитирующая принцип гедонизма. Построение Кантом эстетики свидетельствовало о возможности отвоевания у утилитарных сфер сферы свободы или игры. Для Канта и Шиллера игра и свобода, как известно, были синонимами. Успехи психологии, связанные с открытием бессознательного, также свидетельствовали о потенциале человеческого

фактора. Возникшая в XIX веке социология пыталась разобраться в структуре индустриального общества. Это сопротивление утилитаризму как признаку цивилизации продолжается и на рубеже XX-XXI веков. Но на этот раз такой сферой сопротивления цивилизации становятся не частные сферы вроде эстетики или психологии, а культура в целом. Вот почему в последние десятилетия в России такое значение придается культуре.

Цивилизация не способна преодолеть нарастающего отчуждения в обществе. Более того, именно она и оказывается определяющим источником такого отчуждения. На это претендует лишь культура. Вот ее возможности и следует познать. Осознавая эти возможности, мы открываем личностный потенциал коммуникации. Когда Й. Хейзинга пытается определить культуру, он утверждает: «только личность может быть тем сосудом, где хранится культура» [6, с.177]. И еще: «Культура рождается именно в личности, и соответственно именно в личности сохраняет свое здоровье» [6, с.323]. Связывая коммуникацию с культурой, мы пытаемся, прежде всего, увидеть личность как субъекта коммуникативных процессов. Вместе с осознанием возможностей медиа следует осознать, в каком случае медиа является союзником культуры, а в каком она предстает ее антагонистом. Как мы пытались показать, медиа способна представлять и в том, и в другом качестве, а решающим моментом в том, какую же, в конечном счете, роль она способна играть, являются общественные процессы. Культура стремится вернуть человека из объекта к субъекту. Поэтому ее цель связана с рассмотрением сферы игры, делающей человека свободным.

В том случае, когда медиа этому соответствует, ее постижение разворачивается в контексте культуры. Но у медиа есть и другая сторона, которая культуре противостоит. То, что обычно называют развлечением как наравне с новостным и рекламным блоками (по крайней мере, это так сформулировано Н. Луманом) одним из значимых содержательных блоков функционирования медиа, как раз и представляет игровую стихию, расширяющуюся по мере возникновения каждого нового канала медиа и в особенности функционирующего на основе электронных технологий. В наше время развлечение расширилось до таких пределов, что, кажется, что в этой стихии утопает все, в том числе, и серьезное классическое искусство. Казалось бы, это в истории общества можно рассматривать величайшим прогрессом. Но задумаемся в выводы Й. Хейзинги, констатирующего, что чем больше в XX веке появляется видов игры, чем шире становится игровая сфера, тем очевидней становится иссякание сущности игры, что свидетельствует уже об общей ситуации в культуре, а культуру Й. Хейзинга вообще связывает с игрой.

Таким образом, количественные показатели культуры, какими бы внутренними они не казались, далеко еще не свидетельствуют о ее качественных уровнях. Когда Й. Хейзинга говорит об исчезновении сущности игры, то причину этого следует усматривать в отношениях между культурой и цивилизацией. Сущность игры из культуры исчезает в том случае, когда культура активно ассимилирует то, что относится к цивилизации. Иначе говоря, выражаясь язы-

ком Ж. Дерриды, когда подлинное трансформируется в неподлинное. Видимо, эта ассимиляция цивилизации культурой, что приводит к угасанию игры, разворачивается с помощью технологических революций, которые воспринимаются с такой эйфорией, но в реальности далеко не всегда являются позитивными. В результате этого проникновения в собственно культуру цивилизации уже не только под воздействием цивилизации, но и самой культуры в обществе разворачивается отчуждение.

Это именно то, что в свое время Г. Зиммель пытался выявить в технике, науке, религии, праве, искусстве, а именно то, что делает человека не субъектом, а объектом. В результате такого давления цивилизации на культуру и проникновения продуктов и механизмов цивилизации в культуру, эта культура, по выражению Й. Хейзинги, «обременена таким грузом всяческого вздора и нелепых идей, какого никогда прежде не несла миру» [6, с.174]. Но раз человек трансформируется из субъекта в объект, не важно, происходит ли это под воздействием технологии, цивилизации или даже самой культуры, то мы как раз и можем констатировать отчуждение. В любом случае, в медиа, как в искусстве и культуре, позитивно лишь то, что способствует сохранению в человеке субъекта. Ведь в мире существует столько способов, чтобы этому не соответствовать.

В этой роли могут выступать не только государство, но, как это ни покажется парадоксальным, даже сама культура. И вот суждение Г. Зиммеля, свидетельствующее о том, что, несмотря на возникновение многих технологий, культура в XX веке оказалась в кризисе. Суть этого кризиса заключается в отклонении технологического прогресса от человека как субъекта. «Вся гонка, ненасытность и жажда наслаждений нашего времени – лишь следствия и проявления реакции, вызванные тем, что личных ценностей ищут в той сфере, в которой их вообще не бывает: то, что успехи в технике прямо оцениваются как успехи в области культуры, что в области духа методы часто рассматриваются как нечто священное и считаются более важными, чем содержание и их результаты, что жажда денег значительно превосходит жажду вещей, способом приобретения которых они являются, - все это свидетельствует о постепенном вытеснении целей средствами и путями...» [2, с.491]. Вот это обстоятельство как раз и свидетельствует о том, что средства коммуникации в большей степени зависят от цивилизации, нежели от культуры. Но именно это обстоятельство и становится барьером для личности как субъекте коммуникативных процессов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Деррида Ж. О грамматологии. М., 2000. 512 с.
2. Зиммель Г. Кризис культуры. В кн.: Зиммель. Избранное., т. 1. Философия культуры. М., 1996. 671 с.
3. Каннети Э. Масса и власть. М., 1997. 527 с.
4. Михалкович В. Кино и телевидение или о несходстве сходного. Киноведческие записки. 1996., № 30. С.41-57

5. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М., 2006. 416 с.
6. Хейзинга Й. Тени завтрашнего дня. Человек и культура. Затемненный мир. СПб., Изд-во Ивана Лимбаха, 2010. 456 с.
7. Хренов Н.А. Принцип части вместо целого в визуальных формах культуры XX века // «От фрагмента к целому: парадигмы культурных изменений». Материалы Междунар. науч. конф. (Самара, 2016 г.) / под ред. В.И. Ионесова. Самара: ООО «Поволжская научная корпорация», 2017. С.92-145.
8. Хренов Н.А. О коммуникативных сдвигах и личностном потенциале культуры // Модернизация культуры: от культурной политики к власти культуры». Материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Самара, 2016 г. Самара: СГИК, 2016. С.69-76.
9. Хренов Н. К проблеме социологии и психологии кино 20-х годов. Вопросы киноискусства. Вып.17. М.: Наука, 1976.
10. Хренов Н. Зрелища в эпоху восстания масс. М., 2006. 650 с.
11. Хухтамо Э. Элементы экранологии: к проблеме археологии медиа // Экранная культура. Теоретические проблемы. СПб., 2012. С.116-177

УДК 37.026. 9:747.012

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИЙ И НОВЫЕ ДИЗАЙНЕРСКИЕ СТРАТЕГИИ В АКТУАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

© 2023 А.В. Еретин (*Самара, Россия*)

Аннотация. Художественная культура модерна, в недрах которой родился дизайн, получив название «проектной культуры», остается дочерним образованием и генетически связан с материнской культурой модерна и в полной мере отражает закономерности ее самодвижения. В связи с этим утверждением уровни эволюции и циклы культурной изменчивости модерна можно также изучать и на материале динамики проектной культуры дизайна, что позволяет взаимно прояснять и конкретизировать отдельные моменты процессов их эволюции. Данная тема актуализируется вопросами визуализации наследия в контексте современных музейных и образовательных практик. Объяснение смысла постмодерна должно содержать мнение интеллектуалов дизайна и деятелей русской художественной культуры реализма, которая, вопреки внешним обстоятельствам, сохранилась благодаря традициям советского академического искусства, закреплённые нормативно в государственной системе художественного образования.

Ключевые слова: визуализация, традиции, нововведения, дизайн, искусство, наследие, глобализация, культура.

VISUALIZATION OF TRADITIONS AND NEW DESIGN STRATEGIES IN UPDATED CULTURAL HERITAGE

© 2023 A.V. Eretin (*Samara, Russia*)

Abstract. The artistic culture of modernity, in the depths of which design was born, receiving the name “design culture,” remains a subsidiary formation and is genetically connected with the mother culture of modernity and fully reflects the laws of its self-movement. In connection with this statement, the levels of evolution and cycles of cultural variability of modernity can also be studied on the basis of the dynamics of the project culture of design, which allows us to mutually clarify and specify individual moments of the processes of their evolution. This topic is updated by issues of heritage visualization in the context of modern museum and educational practices. An explanation of the meaning of postmodern should contain the opinion of design intellectuals and figures of the Russian artistic culture of realism, which, despite external circumstances, has been preserved thanks to the traditions of Soviet academic art, enshrined in the state system of art education.

Keywords: visualization, traditions, innovations, design, art, heritage, globalization, culture.

В современной визуальной культуре и дизайнерских стратегиях многое приходится переосмысливать заново. Предмет мир быстро меняется и бросает новые вызовы для конструирования новой художественной среды и способом визуальной репрезентации арт-объектов [7;5;10].

Уже в начальный период становления проектной культуры дизайна обнаружилась собственно проблематика новой стилевой эпохи и пути ее решения. Либо дизайн будет развиваться в русле общехудожественного и общекультурного процесса, либо он оказывается на периферии этого процесса и превращается в нормативное проектирование и простое техническое конструирование.

Лозунгом «все, что ни делает человек – искусство» руководствовались французский живописец П. Сезанн и русский художник М. Врубель, английский инженер Дж. Пакстон и французский Ж. Эйфель, испанский архитектор А. Гауди и русский Ф. Шехтель. В России по этому принципу сформировалось движение «производственное искусство». Деятели движения «конструктивизма» были поэты В. Хлебников и В. Маяковский, проектировщики В.Татлин и А.Родченко, архитекторы А. Ган и братья Веснины, кинематографисты С. Эйзенштейн и Д. Вертов, музыкант Д. Шостакович и режиссер В. Мейерхольд, теоретики искусства Б. Арватов и Б. Кушнер. Все эти фигуры были творческими личностями, обладали высокой общественной активностью, тем самым определяли нормы стилевого мышления, которые затем стали складываться в критерии его распознавания и атрибуции.

В модерне впервые явно проявили себя три субъекта строительства новой культурной действительности. Во-первых, это промышленники, купцы, разночинцы и другие создатели практически полезных дел, то есть, мастеровые, практики-предметники. Во-вторых, это интеллектуалы, ученые-теоретики, знатоки искусства, которые искали возможность сохранить в новой ситуации индивидуальность художника, они видели в наличии стиля препятствие на пути к их самовыражению, к ним следует отнести ученых-концептуалистов. В-третьих, это выше отмеченные универсальные личности, организующие в целостность искусства практиков-мастеровых и ученых-концептуалистов.

Глубокий анализ культурной ситуации модерна и действующих в ней субъектов позволил светлоруму П.А. Флоренского [9] сделать обобщение мировоззренческого масштаба, представив его в типологии природной, социальной и культовой сущностей человека и общества. По мнению ученого природа в человеке представляет собой все, что существует само по себе, стихийно, спонтанно, которой свойственен естественный способ существования, она просто есть, была и будет. Человек вынужден проявлять заботу о своей природной сущности, иначе погибнет физически, но прежде всего он ценит ее за полезность организму и всячески укрепляет это качество техническими и экономическими построениями. П.А. Флоренский назвал этот вид культурных ценностей «стадией экономизма» [9]. Социальная составляющая сущности человека связана с управленческой функцией человека на основе оперирования

мыслями, направленными на научно-теоретическую организацию идеологических процессов общества.

Эта интеллектуальная мыслительная деятельность человека была названа «стадией идеологизма». «Стадия культа», по мнению мыслителя, определяет критерии того, что действительно полезно для материального обеспечения жизни человека и общества и что важно для его научно-теоретического мышления. Литургическое действо представляет собой мир особых трансцендентальных ценностей, которые выражаются в движении религиозных обрядов и художественных канонов. Реальными проводниками красоты (Бога) в мире являются символы в культовом действе и художественные каноны в искусстве. Символ не только семиотическая единица, как считал автор, но и сакрально-онтологическая сущность, в наиболее чистом виде представленная в иконе. Символ – это «явление вовне сокровенной сущности», обнаружение самого существа, его «воплощение во внешней среде». Художественный канон сохраняет и задает культурные традиции, связывает отдельного человека с Человечеством, осознание того, что он жил не напрасно и не без истины.

Слова П.А. Флоренского поясняет современный теоретик искусства И. Азизян, указывая на особый механизм синтеза человека, среды и искусства. По мнению искусствоведа «взаимосвязь утилитарно необходимого графика движения человека в пространстве и графика движения - созерцания, то есть графика движения субъекта восприятия - первое и необходимое условие синтеза архитектуры и других искусств, основа их взаимосвязи со средой и человеком» [1, с.47].

П.А. Флоренский считал необходимым дополнить концепцию В.И. Вернадского [3] о перспективах развития планеты Земля и закономерного перехода биосферы в ноосферу как сферы человеческого разума, дополнив ее сферой человеческого духа, названной «пневмосферой». Так как «духовная сила – писал ученый – всегда остается в частицах тела, ею оформленного, где бы и как бы они ни были рассеяны и смешаны с другим веществом. ...Это именно мысль о существовании в биосфере или, может быть, на биосфере того, что можно было бы назвать пневмосферой, т. е. о существовании особой части вещества, вовлеченной в круговорот культуры или, точнее, круговорот духа» [8, с. 165]. В.И. Вернадский положительно отнесся к этому обращению, по его словам, «впервые в научное мировоззрение должны войти явления жизни и, может быть, мы подойдем, к ослаблению того противоречия, какое наблюдается между научными представлениями о Космосе и философским или религиозным его построением. Ведь сейчас все дорогое для человечества не находит в нем – в научном образе Космоса-места» [цит. по: 7, с. 20]. И далее: «Мы видим только, что огромная область явлений, имеющих свой научно закономерный, теснейшим образом связанный с социальным строем, а в конечном итоге со строением биосферы – и еще более ноосферы – мир художественных построений, несводимый в некоторых частях своих... сколько-нибудь значительно к словесным представлениям – оказывает огромное влияние на научный анализ реальности.

Управление этим мало отражающимся в логике аппаратом познания для научного понимания реальности есть дело будущего» [3, с. 111]. Таким образом, оба выдающихся русских мыслителей-космистов пришли к единому мнению о необходимости познавать объективную реальность на основе цельности рационально-логического и рационально-образного методов познания.

По мнению В.И. Пузанова [6], исследователя дизайна как явления культуры, «и в лице модерна, и в лице «производственного искусства» имеют место полноценные культурные эпохи, включающие и эпоху дизайна. Различие между ними в том, что модерн дал относительно больше изобразительного материала, а «производственное искусство» – в силу краткости и локальности процесса – интеллектуального материала» [6, с. 31]. Ученый предложил эволюционную концепцию развития дизайна на основе верификационной модели информационных обменов между профессионалами-дизайнерами: мастеровыми, творческим ядром как субкультурой, концептуалистами. Эти обмены обнаруживают признаки самодвижения и саморазвития на трех формационных уровнях культуры: монокультуры, интракультуры и экстракультуры.

Формация монокультуры отражает ситуацию, когда складываются цели, средства и методы построения новой проектной ситуации. Это мир процессов, который надо понимать как саму проектно-культурную деятельность человека и общества, а также наблюдения за ней. В истории модерна этот период завершился в начале 1930-х годов.

Формацию интракультуры, совпадающей со стилевой эпохой модернизма, характеризуют культурные обмены между мастеровыми и интеллектуалами, основанными на конкурентной основе, которая берет начало в послевоенное время, со второй половины 1940-х годов в условиях резкого противостояния экономики, производства, техники, науки, искусства и других сфер культуры западноевропейской и восточноевропейской цивилизаций. По мнению В.Г. Буданова [2, с. 260-270] «мир состояний» образовался на основе эмоциональных и иных психических переживаний, чувств, страстей, аффектов, как отдельного человека, так и социально-культурной жизни общества в форматах религии и художественных ценностей искусства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Азизян И. Взаимодействие искусств. Композиционно-методический аспект проблемы // Архитектура СССР. – 1974. - №9 – С.47-74.
2. Буданов В.Г. Образы будущего в цифровую эпоху / Проблемы и риски инженерного образования в XXI веке: монография / Под общ. ред. И.А. Герасимовой - М.: Университетская книга, 2017. - 312 с.
3. Вернадский В.И. Научная мысль как планетное явление. Размышления натуралиста, книга вторая. - М.: Наука, 1977. - 191 с.
4. Ионесов А.И., Ионесов В.И. Музей как миротворчество: способны ли артефакты культуры нас примирить? // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 19 (374). С. 75-81.
5. Михелькевич В.Н., Ионесов В.И. Культура и образование в креативной практике: объединяя мир через знания // В сборнике: Педагогика творчества: личность, знание, культу-

ра. Материалы международной научной конференции (К 90-летию профессора Валентина Николаевича Михелькевича). Под редакцией В.И. Ионесова. – Самара, СГИК, 2017. С. 382-393

6. Пузанов В.И. Взаимодействие интеллекта и мастерства как проблема культурных формаций в дизайне: Дис. докт. искусств. - М., 1992. - 270 с.

7. Росов В.А. В.И. Вернадский и русские востоковеды. Мысли - Источники - Письма. - СПб., 1993 – 144 с.

8. Сидоренко, В.Ф. Эстетика проектного творчества. - М.: ВНИИТЭ, 2007. - 136 с.

9. Флоренский П.А. Письмо В.И. Вернадскому / Русский космизм: Антология философской мысли / Сост. и предисл. к текстам С. Г. Семеновой, А. Г. Гачевой. - М.: Педагогика-пресс, 1993. – 365 с.

10. Ionesov V.I. Can peacemaking be a peace maker? // Peace Review. 2018. V. 30. № 4. P. 527-536.

УДК 004.316.687.

ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В АРТ-ПРОЕКТИРОВАНИИ УРБАНИСТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

© 2023 А.В. Давыдов (*Самара, Россия*)

Аннотация. Эстетика визуальных преобразований всё сильнее вторгается в культурную практику современного города. В статье рассматриваются основные особенности и проблемы формирования современной урбанистической архитектурной среды. Выявляются противоречия и трудности арт-конструирования в городской среде. Отмечается необходимость обращения новым эстетическим ресурсам и технологическим решениям.

Ключевые слова: город, дизайн, архитектура, инфраструктура, урбанистическая среда, информационные технологии, городское пространство.

VISUAL TRANSFORMATIONS IN THE ART-DESIGN OF URBAN ENVIRONMENTS

© 2023 A.V. Davydov (*Samara, Russia*)

Abstract. The aesthetics of visual transformations are increasingly invading the cultural practice of the modern city. The article examines the main features and problems of the formation of a modern urbanistic architectural environment. The contradictions and difficulties of art design in the urban environment are revealed. The need to address new aesthetic resources and technological solutions is noted.

Keywords: city, design, architecture, infrastructure, urban environment, information technology, urban space.

В современной культуре идёт поиск новых форм эстетики визуального проектирования урбанистической среды. Исследователи выделяют различные стратегии взаимодействия искусства, экономики и предметно-коммуникативных артикуляций в меняющемся социуме [3-6;7;8;9;10;11].

Город – сложная инфраструктура, где можно действовать, реагировать, жить, развиваться и эволюционировать. Тема города и современных информационных технологий ставит определенные вопросы, над которыми в скором времени нужно будет серьезно задуматься. Каким образом город может вступить с нами в диалог и стать интерактивным? Как сделать так, чтобы он был принят своими жителями в данном амплуа? Нужно отметить, что сегодня все еще недостаточно разработок, в которых бы информационные технологии применялись в пользу городского жителя, гораздо чаще мы выступаем как пассивные пользователи городского пространства. В контексте преобразования городского пространства важно отметить ключевое место

человека в проектной концепции «динамического окружения». Городской житель отныне сможет находиться не в оппозиции к новому городу, к его технологическому содержанию, а являться его основным образующим фактором и гармонично существовать в его технических ритмах. Поэтому наиболее значимыми станут как теоретические, так и практические изыскания дизайна, в частности его междисциплинарных связей с архитектурой, урбанизмом и информатикой в контексте визуальной эстетики.

Оптимальный диалог между человеком и урбанистической средой XXI века – современная проектная практика, которая вырабатывает единую методологическую базу, стратегию и логику организации города, опираясь на возможности реализации цифровых интерактивных систем. Роль дизайна в формировании городской среды смещается от преобразования ее материального наполнения и формирования ее стилистической окраски к осмыслению ее цифрового аспекта, выявлению коммуникационного потенциала и приведению ее к согласию с современной моделью мира, где доминирующей материей оказывается информация. Задачей дизайна здесь становится не проектирование непосредственно городского оборудования, а изучение города в его потенциальном развитии, переосмысление его природы с целью создания новых свойств и характеристик городского пространства. Дизайну предстоит воплотить мобильные и динамические свойства городской среды, найти гармоничную связь между информационной и физической составляющей урбанистической структуры, реализовать в своей сущности информационный код города.

Интерактивные интерфейсы, динамические процессы и городские сценарии могут стать основной формой городской организации. Ведь именно дизайну, как интегратору комплексных идей и замыслов, отводится роль связующего звена между решениями в отдельных областях городского функционирования и обеспечением комфортного пребывания человека в урбанистическом пространстве в соответствии с его потребностями и уровнем научно-технологического развития общества [1].

Но развитая интерактивная структура, комфортная планировка и функциональность архитектурных сооружений не могут полностью решить все проблемы крупных городов. Урбанизация жизни современного человека привнесла в нее, помимо положительных факторов, и ряд существенных негативных проблем: перенаселенность городов, нарушение экологического баланса, результаты которых не замедлили сказаться на горожанине. Состояние окружения так или иначе отражается на психологическом самочувствии индивида, его реакции на различные события и ситуации, в конечном счете – на всей продуктивной деятельности. Оптимизацией условий такой деятельности, через формирование предметно-пространственного окружения занимаются архитектура и средовой дизайн. Проектной методике последнего свойственен средовой подход, обеспечивающий системный охват.

С этим же связано раскрытие роли человеческого фактора при проектировании урбосреды, его психологического аспекта, в частности [2].

Произведение средового дизайна – эмоционально оправданный синтез пространственной ситуации и наполняющих ее общеинженерных, предметных и художественно-декоративных конструкций. Что определяет две стороны его закрепившихся характеристик: «потребительскую», связанную с установками пользователя, и «объективную», предполагающую материально-физическое и эстетическое строение и благоустройство пространства. Ведь если назначение среды будет ограничено только вопросами комфорта, удобства осуществления «прямой» функции (включая удовлетворение общих эстетических запросов) – она будет в художественном плане значительно обделена, так как человеку помимо пользы и личного интереса в жизни нужна какая-то цель, определяющая смысл существования, духовная опора. Этим задачам отвечает среда архитектурная, объединяющая в себе общечеловеческие идеи зарождения чего-то нового, высокохудожественного, и последние достижения дизайна.

Формирование архитектурной среды – результат накопления эмоций и переживаний от созерцания окружающих разноплановых объектов, сфер, пространственных измерений, прямая возможность регулирования целой пространственной системы, ее насыщения художественной и практической ценностью. Именно взаимодействие архитектуры и ее дизайнерского оснащения составляют суть того явления, что получило универсальное название «среда» [11].

Однако архитектура и средовое творчество обладают разными конечными результатами. Архитектура зарождает лишь архитектурный образ, а дизайн среды насыщает непосредственно ее атмосферу. Средовая атмосфера представляет собой синтез информации эстетической, духовной и информации конструктивной, она может меняться и адаптироваться. Под образом подразумевается часть атмосферы, визуализация ее эмоционального состояния. Атмосфера – выше художественного образа, но внешне она ограничена запросами потребителя, выраженными через очертания его пространственно-материального оснащения.

Архитектура и дизайн имеют большое значение для эмоциональной адаптации горожанина. Функциональные пространства современного города эмоционально обезличены. Внимание к внутреннему миру человека, потребность профессионального исследования эмоциональных категорий, определяющих характер взаимоотношений субъекта и объекта в дизайне, обуславливает необходимость рассмотрения соответствующих принципов структурообразования средовых объектов. Ибо только в системе связей между элементным составом структуры можно определить закономерности, дающие ключ к пониманию внутренних процессов, происходящих во всей социально-культурной среде. Одним из важнейших и ведущих компонентов последней является урбанистическая среда – целенаправленно созданная и осваиваемая

искусственная «внутренность» современного городского поселения. Эта среда – предметно-пространственное окружение, которое взаимодействует с городским населением, постоянно меняющийся результат жизнедеятельности горожан. В свою очередь урбосреда как предметно-пространственное окружение искусственного происхождения существенным образом влияет на особенности жизнедеятельности человека. Выбор и характер деятельности в той или иной средовой ситуации обусловлен ведущим мотивом, который определяется рядом внутренних (социально-личностных) и внешних (средовых) факторов. Эмоциональное стимулирование и организация поведения горожанина в урбосреде напрямую зависит от степени ее комфортного обеспечения и предрасположенности к общению. Предметное оснащение среды должно давать представление о ее назначении и возможных действиях в ней человека [2].

Все изменения внешней среды регулируют внутреннюю среду организма, направляют внешнюю жизнедеятельность человека. Ориентация на психологический «аппарат» человека и на его «продукт» – эмоции, могут составить действительное человеческое измерение в проектировании урбанистической среды. Исследование основных аспектов проблемы взаимосвязи человека с городской средой показывает, что одной функциональной организации среды для обеспечения продуктивной деятельности человека недостаточно – требуется создание условий для эмоционально-психологической адаптации и адекватности ситуативного поведения. Формы эстетической организации средового образования также должны соотноситься с особенностями человеческого восприятия, способствующими возникновению положительных эмоциональных реакций. Человек является главным эмоциональным «компонентом» среды, и все ее качества имеют смысл при позитивной психологической реакции с его стороны.

Как известно, процесс урбанизации жизненной среды постепенно весьма интенсифицировался. При этом современным городам стал присущ ряд очень серьезных недостатков. Важнейшие среди них это: индустриализация строительства зданий при полной неблагоустроенности самой территории, что обычно для новостроек, стихийность и крайняя неорганизованность обустройства так, как оно осуществляется в обычных городах, перегрузка оборудованием, информацией, услугами в так называемых «комфортных городах». Все изменения внешней среды регулируют внутреннюю среду организма, направляют и внутреннюю, и внешнюю жизнедеятельность. К числу важнейших психофизиологических механизмов такой регуляции относятся эмоции [11].

Сопровождая практически любые проявления активности субъекта, эмоции выступают одним из главных механизмов внутренней регуляции психической деятельности и поведения. Эмоции отражают оценочную реакцию на определенные условия, способствующие либо препятствующие

осуществлению деятельности. Современный город и даже некоторые коттеджные поселки в большинстве случаев не могут похвастаться гармонией визуальной среды. Недостаток эстетики в архитектуре сильно нагружает психику человека. Психологи утверждают, что это является причиной накапливания стрессов. Особенно это актуально для людей, у которых нет возможности эмоционально разгрузиться, уехав подальше от дома, куда-нибудь на природу, чтобы насладиться красивым пейзажем и свежим воздухом.

Окружающее нас пространство зависит от человеческой культуры и влияет на качество жизни. Поэтому эстетика в архитектуре имеет большое значение. На ее формирование уходят десятилетия и даже столетия. В случае отсутствия эстетики, хаос и беспорядочность начинают негативно влиять на психику. Облик городов должен радикально измениться. Это касается и фасадов зданий и территории вокруг домов. В противном случае, нарастая, чувство тревожности способно вызывать такие проблемы, как синдром панических атак, депрессии, различные виды фобий, апатия, беспричинное агрессивное поведение. Серые дома с однотипной архитектурой вызывают состояние уныния и безысходности [13].

Несомненно, что эмоциональное начало, учитываемое с целью обеспечения благоприятных контактов человека и среды, является одним из наиболее мощных стимуляторов деятельности вообще и одновременно – существенным фактором средообразования. Если вспомнить, что еще античный историк Фукидид говорил: «Город – это не стены, а люди», а сегодняшний уровень тотальной урбанизации порождает у горожанина своеобразный астенический синдром, то очевидной становится и главнейшая проблема жизни современного горожанина – нормализация психологических воздействий искусственной среды.

Одной из принципиальных задач преобразования архитектурного подхода в современных социально-экономических условиях предстает художественное насыщение архитектуры, укрепление способности формировать полное образное, живописное, глубоко нравственное содержание окружающей его пространственной природы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляева Е.Л. Архитектурно-пространственная среда города как-объект зрительного восприятия. М.: Стройиздат, 1977. 126.
2. Воронов Н.В. Дизайн: русская версия. Тюмень, 2003
3. Иконников А.В. Функция, форма, образ в архитектуре. М.: Стройиздат, 1986. 286 с.
4. Иконников А.В. Художественный язык архитектуры. М.: Искусство, 1985. 175 с.

5. Иконников А.В. Архитектура XX века: Утопии и реальность. Том 1. М.: Прогресс-Традиция, 2001. 656 с.
6. Иконников А.В. Архитектура XX века: Утопии и реальность. Том 2. М.: Прогресс-Традиция, 2002. 672 с.
7. Ионесов В.И. Культура как преодоление: о метафорах перехода и символах спасения // Национальное культурное наследие России: региональный аспект VI Всероссийская научно-практическая конференция в рамках VII Всероссийского конкурса-фестиваля исполнителей и балетмейстеров народного танца имени Геннадия Власенко. Самара: СГИК, 2018. С. 17-25
8. Ионесов В.И. О культурных основаниях экономики и современные тренды, противоречия, взаимосвязи // Модернизация культуры: от культурной политики к власти культуры Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Самара: СГИК, 2016. С. 126-139
9. Касаткина С.С. Системный подход как философский принцип исследования генезиса личности в городском пространстве // Общество: философия, история, культура. 2016. № 1. С. 12-13.
10. Лисицына А.В. Историко-архитектурная среда средних и малых городов Нижегородского Поволжья как феномен культурного наследия // Архитектон: известия вузов. 2014. № 45. С. 53-65.
11. Папанек В. Дизайн для реального мира. М.: издатель Д. Аронов, 2004. 416 с.
12. Чернышова Э.П. Феноменология архитектурной формы: влияние архитектурно-пространственной формы на психику человека // Научные труды SWorld. 2013. Т. 49, № 3. С. 59–62.
13. Эстетика городской среды. – Электронный ресурс. https://revolution.allbest.ru/construction/00337383_0.html (дата обращения 20.08.2023).

УДК 378.351

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БАРЬЕР
ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ УЧАСТИЯ
В ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ САМАРЫ

© 2023 К.П. Гаранина (*Самара, Россия*)

Аннотация. Городская культурная политика необходима для грамотного развития коммуникации между жителями города и властями. В данной статье предложен рисунок возможного пути расширения коммуникационного поля между представителями городской власти и жителями конкретного города для реализации проектов практики участия путем создания информационного хаба по принципу персонализации данных.

Ключевые слова: городская культурная политика, практики участия, массовая коммуникация

INFORMATION BARRIER
FOR THE IMPLEMENTATION OF THE PRACTICE OF PARTICIPATION
IN THE URBAN CULTURAL POLICY OF SAMARA

© 2023 K.P. Garanina (*Samara, Russia*)

Abstract: Urban cultural policy is necessary for the competent development of communication between city residents and the authorities. This article offers a drawing of a possible way to expand the communication field between representatives of the city government and residents of a particular city for the implementation of participation practice projects by creating an information hub based on the principle of data personalization.

Keywords: urban cultural policy, participatory practices, mass communication

Принципы городской культурной политики

Городская культурная политика важна для развития городов и создания благоприятной среды для жизни и взаимодействия местного населения. Одним из принципиальных моментов такой политики являются практики участия, которые помогают жителям города активно влиять на культурную повестку и принимать участие в различных мероприятиях и проектах. Практики участия способствуют формированию ощущения к городскому сообществу и созидательному взаимодействию между гражданами и городскими властями. Все это создает благоприятную среду для развития культурных и творческих инициатив и повышает уровень культурного разнообразия и общественной активности в городе.

Практики участия могут реализовываться, например, в виде общественных слушаний, фестивалей, конкурсов, проектов совместного творчества, что создает пространство диалога между жителями и властями, а также содействуют формированию гражданского сознания и активного гражданского участия. Общественные слушания и дискуссии позволяют

высказаться по вопросам развития культурной сферы и предложить свои идеи и инициативы. Фестивали и концерты дают возможность участвовать в культурной жизни, выступать или наблюдать выступления других талантливых артистов. Проекты совместного творчества – создавать проекты, объединяющие творческие и социально активные группы, например, музыкальные или художественные коллективы: все это увеличивает уровень вовлеченности местных жителей в культурные процессы и формировать общественные ценности.

Практики участия также помогают представителям властей понять предпочтения и потребности местных жителей, и учесть их мнение при принятии решений, связанных с культурной политикой. Такой подход позволяет создавать условия для более инклюзивной и репрезентативной культурной среды.

Городская культурная политика — это совокупность стратегий, целей, программ и мер, разработанных властями и заинтересованными сторонами для поддержки и развития культурной жизни города. Город может организовывать, поддерживать, привлекать инвестиции в инфраструктуру, поощрять граждан на активное участие в культурной жизни города. Все это способствует социальному, экономическому, туристическому развитию, а также поддерживает разнообразие культурных возможностей для жителей города. Культурная политика помогает городам укрепить свою идентичность, что привлекает туристические потоки и инвестиции, и создает благоприятное восприятие жителей своего города, что в свою очередь, укрепляет социальную солидарность.

Среди целей и задач культурной политики можно выделить: развитие культурной инфраструктуры; поддержка и продвижение местных художественных и культурных организаций; обеспечение доступности и разнообразия культурных мероприятий, продвижение и сохранение культурного наследия, развитие культурного туризма, улучшение качества жизни жителей. Каждый город может устанавливать свои приоритеты и цели в сфере культурной политики в зависимости от своих особенностей, потребностей и развития культурного сектора [1].

Культурный потенциал города Самары по документам

В постановлении Администрации г.о. Самары «Об утверждении муниципальной программы городского округа Самара «Развитие сферы культуры городского округа Самара» на 2023-2027 годы от 3 августа 2022 года говорится: «Городской округ Самара – культурная столица Среднего Поволжья, имеет устоявшиеся театральные, музыкальные и художественные традиции, обладает значительным историко-культурным и духовным потенциалом, обеспечивающим планомерное достижение поставленных целей в развитии сферы культуры».

В этом же документе сказано: культурный потенциал городского округа Самара включает следующие муниципальные учреждения:

- 26 образовательных организаций в сфере культуры (16 детских музыкальных школ, 8 детских школ искусств, 2 детские художественные школы);
- 64 общедоступные библиотеки, из которых 2 централизованные библиотечные системы (МБУК г.о. Самара «СМИБС» и МБУК г.о. Самара «ЦСДБ») и МБУК «СПБ»;
- 5 музеев (МБУК г.о. Самара «СЛМ им. М. Горького», МБУК «Музей истории города Самары им. М.Д. Челышова», МБУК г.о. Самара «МДКГ», МБУК г.о. Самара «МВЦ "Самара Космическая"», МАУ г.о. Самара «Музей Э.А. Рязанова»);
- 6 учреждений культурно-досугового типа (МАУ г.о. Самара «Дворец творчества», МБУК «ДК "Заря"», МБУК «ДК "Чайка"», МБУК г.о. Самара «ДК пос. Зубчаниновка», МБУК г.о. Самара «ДК "Победа"», МБУК г.о. Самара «ДК "Волжанин"»);
- 6 театров (МБУК г.о. Самара «Театр "Самарская площадь"», МБУК г.о. Самара «Театр драмы "Камерная сцена"», МБУК г.о. Самара «Театр "Лукоморье"», МБУК «ДМТ "Задумка"», МБУК «Театр "Витражи"», МБУК г.о. Самара «ТДМ "Мастерская"»);
- 1 концертная организация (МБУ г.о. Самара «Духовой оркестр»); МАУ г.о. Самара «Агентство социально-значимых культурных и спортивных мероприятий» [2].

Доступность информации о культурных мероприятиях в городе Самаре

Одним из главных принципов реализации культурной политики в стране является доступность. Но трудно говорить о доступности каких-либо благ, если общество о них не знает. Информационное пространство города ориентировано на главные события, напрямую влияющие на общество: политика, экономика, происшествия. Если открыть любое региональное СМИ, то вкладку «Культура» можно будет найти лишь в самом конце, и то не всегда. Если же говорить о частных изданиях, то там тема культуры ограничивается серией афиш коммерческих мероприятий, к которым слово «культура» не всегда употребимо. В этом контексте даже заинтересованный активный житель города не всегда может сориентироваться и узнать о своих возможностях, предоставляемых государством в плане культурного досуга.

В XXI веке, когда большинство имеет доступ к информационной сети Интернет буквально под рукой – в личном смартфоне, городские власти продолжают вести диалог через официальные паблики, олдскульные СМИ или, в лучшем случае, аналоговые издания. Несколько лет назад были популярны, так называемые, городские медиа, где делался акцент непосредственно о досуговом локальном времяпрепровождении – обсуждались местные герои,

давалась информация о городских мероприятиях, писались рецензии на локальные события. Такие СМИ пользовались большим успехом, и в Самаре, как пример, можно привести портал «Большая деревня». У портала в социальной сети «ВКонтакте» было более 50 тыс. подписчиков, и трудно переоценить влияние этого паблика на молодую аудиторию в 2015-2020 гг. Сегодня у паблика Департамента культуры и молодежной политики Самарской области всего 1300 участников. У официального рупора городской власти «Самарской газеты» в социальной сети можно увидеть 12500 подписчиков. В данном случае сравнение приводится не для того, чтобы говорить об успехе той или иной стратегии привлечения подписчиков, а о том, какое количество потенциально заинтересованной в культурном досуге аудитории не охвачено информацией о возможностях, которые предоставляет город. Информационный вакуум касательно культурной политики города невозможно заполнить бумажными афишами на остановках и перед подъездами, публикациями в социальных сетях объемом меньше 2 тыс. человек, и локальными объявлениями в школах. При этом абсолютно каждая культурная городская институция имеет собственное сообщество и собственную информационную сеть, зачастую те же самые паблики в социальных сетях. Стоит подчеркнуть, что аудитория этих институций в большинстве своем это лояльная публика, которая так или иначе уже связана с деятельностью организации. Вопрос в том, как привлечь к коммуникации аудиторию вне этого локального кружка.

Возможный проект информационного хаба для сбора данных о культурных событиях и мероприятиях города

Первой идеей здесь может быть создание одного большого информационного хаба, куда могла бы стекаться информация о возможностях в сфере культуры и досуга. Подобный хаб существует на федеральном уровне – это сайт *Культура.рф*, где предусмотрена строгая идентификация для публикации материалов, и своя собственная система фильтрации контента, в том числе и по регионам. Удобный интерфейс сайта позволяет выбрать дату и увидеть возможные мероприятия для посещения, но представляет коммуникацию в одностороннем порядке. Для городского департамента очень важно поддерживать диалог с жителями города и собирать информацию о вовлеченности граждан в тот или иной проект. По принципу работы с большими данными, можно говорить, что основная задача в проекте – это умение систематизировать представленные данные согласно интересам каждого жителя и создать максимально удобное юзабилити для легкого и практичного диалога, для начала которого жителям нужен достаточно низкий порог входа. Плюс необходима система фильтрации контента, поступающего со стороны пользователей.

Принципы систематизации информации для «культурного хаба», обусловленные требованиями локализации под город

Одним из первых принципов систематизации информации можно определить территориальный принцип. В Самаре девять городских районов, и каждому подчинены свои культурные ландшафты. В некоторых районах – лучшие экскурсии, в некоторых — прекрасная архитектура, в некоторых – самые богатые музеи. В любом случае, в каждом районе есть свои Дворцы культуры, свои музыкальные школы и библиотеки, и в каждой институции есть свои мероприятия, события, клубы. Если бы эта информация была бы собрана, то было бы удобно посмотреть в одном месте о мероприятиях, которые проходят рядом. С помощью дополнительных фильтров можно было бы выбрать формат мероприятия и узнать, куда лучше пойти, например, с детьми, а куда интереснее будет пойти старшему поколению.

Соседское сообщество одно из самых активных, так как представляет небольшую социальную группу, подчиненную практичным интересам. Плюс локальный патриотизм открывает возможности для активации проектов, связанных с развитием территорий за счет местного сообщества. С помощью создания полной карты городских культурных инициатив можно было бы настроить удобную коммуникацию с жителями. Для этого нужно лишь применить принцип синергии и объединить разрозненные паблики в одно приложение или бот, который мог бы подстраиваться под интересы пользователя.

Обратная связь и практики участия в информационном пространстве

Для обратной коммуникации рекомендуется стандартная система оценки мероприятия, события, институции посетителями, и комментарии, возможно, закрытыми или для верифицированных пользователей. Такое приложение или бот позволяет оперативно собирать данные о заинтересованности посетителей. И помогает информировать граждан о локальных событиях, информация о которых зачастую просто не отражается в доступном информационном поле.

Данный проект позволил бы реализовывать культурную политику города и информировать наибольшее количество горожан о возможных практиках участия. Были бы возможности для решения задач, связанных с информационной поддержкой местной инфраструктуры, продвижение местных событий, мероприятий, артистов, обеспечение информационной доступности культурных проектов, продвижение информации о культурном и национальном наследии, и, соответственно, позволяло бы улучшить качество жизни населения.

Заключение

Безусловно, некоторые социальные ситуации могут быть решены не только с помощью привлечения материальных ресурсов, но и с помощью позитивной пропаганды через культурные события и мероприятия, с помощью вовлечения в совместную работу заинтересованных людей, местного сообщества. Но для этого должна быть налажена грамотная коммуникация,

позволяющая заинтересовать и обеспечить комфортный диалог власти и современного городского жителя. Для этого необходимо вовлечение жителей в безопасное коммуникационное пространство, которое может предоставить информационные блага потребителю в виде индивидуализированной информации о возможном досуге, и о предложениях о вовлечениях в практики участия. Помимо виртуального пространства, где могут быть созданы условия для взаимовыгодных отношений город-местный житель через систему практики участия, может распространяться информация об участии жителей в оффлайн-событиях (в таком случае приложение способствует комфортному вхождению пользователя в процесс, с подробным описанием требований в проекте).

Нельзя, чтобы в современном информационном обществе оставались информационные вакуумы о возможностях граждан участия в культурной жизни города. Отсутствие диалога жителей с властью сводит на нет многие местные культурные инициативы, в том числе обесценивают идею практики участия, что негативно отражается на качестве жизни.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лузан В.С. Феномен влияния культурной политики на формирование городской среды в современных гуманитарных исследованиях // Гуманитарные науки, 9 (6). 2016. С.1521-1532
2. Постановление Администрации г.о. Самары «Об утверждении муниципальной программы городского округа Самара «Развитие сферы культуры городского округа Самара» на 2023-2027 годы» от 3 августа 2022. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов <https://docs.cntd.ru/document/406181154?ysclid=lr53doh8yi520278223>

УДК 069.01

МУЗЕЙНЫЙ СУВЕНИР КАК РЕСУРС КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2023 Г.В. Куснеева (*Самара, Россия*)

Аннотация. Объектом исследования является музейная культура в глобализованном мире. Предметом исследования выступает музейный сувенир как образец для анализа процессов, происходящих в музейной отрасли, которая, в свою очередь, является частью институциональной культуры. Цель данного исследования состоит в определении основных причин, приводящих к изменениям в музейной отрасли. Поставленная цель реализуется через анализ феномена музейного сувенира в музейной практике.

Ключевые слова: музей, сувенир, музейный сувенир, глобализация, современный музей, массовая культура.

MUSEUM SOUVENIR AS A RESOURCE FOR CREATIVE ACTIVITY

© 2023 G.V. Kusneeva (*Samara, Russia*)

Abstract. The object of the study is museum culture in a globalized world. The subject of the study is a museum souvenir as a sample for analyzing the processes occurring in the museum industry, which, in turn, is part of the institutional culture. The purpose of this study is to identify the main reasons leading to changes in the museum industry. The goal is realized through the analysis of the phenomenon of museum souvenirs in museum practice.

Keywords: museum, souvenir, museum souvenir, globalization, modern museum, mass culture.

Сегодняшний музей сталкивается с системным кризисом, как утверждают отечественные культурологи и музеологи. Этот кризис проявляется в несоответствии традиционной формы и функций музея ожиданиям современного общества [1-2]. Общество теперь ожидает от музея не только сохранения исторической памяти, но и развлекательно-образовательных функций, интегрированных в общее информационно-медийное пространство [3, с. 112; 4, с. 129].

В ответ на эти ожидания музей вынужден пересмотреть свои традиционные функции, отказавшись от статуса «храма исторической памяти» и переходя к роли «развлекательно-образовательного» центра. Однако не все музеи подвергаются этой эволюции, а в основном это касается «классических» музеев, сформировавшихся до середины XX века. Новые музеи, возникшие в эпоху формирования общества потребления, изначально стремились интегрироваться в него, и у них нет противоречия между функциями и ожиданиями общества.

Исследование утверждает, что современный музей вписан в неолиберальную модель развития, преобладающую в мировом масштабе. Причины измене-

ний в музейной сфере следует искать в глобальных экономических, маркетинговых и туристических процессах.

Начиная с 60-х годов XX века, формирование и развитие современного музея связано с разрушением колониальной системы, появлением новых независимых государств и началом «туристического бума». Возникновение туристической индустрии привело к качественным изменениям в музейной концепции, с появлением и развитием «музея для туриста» – места развлечений, интегрированные в туристическую индустрию [5; 6, с. 105-106].

Такой сдвиг вызвал «музейный бум», при котором более 90% всех современных музеев открыты за последние пятьдесят лет [7, с. 21], а количество музеев каждые пять лет увеличивается на 10% [6, с. 103]. Эти данные вызывают сомнение в утверждении о «системном кризисе» современного музея. Скорее, можно говорить о кризисе институционального музея, сформировавшегося до середины XX века. Таким образом, изменения в современном музее следует рассматривать как естественный процесс развития музейного дела в условиях глобализации.

Для понимания причин изменений в современных музеях обратим внимание на анализ одного из аспектов музейной практики – сувенира. Слово «сувенир» в переводе с французского означает «вспоминать» или «помнить». Таким образом, когда мы говорим о сувенире, мы имеем в виду предмет, который содержит в себе воспоминания для его владельца. Сувенир выполняет функцию актуализации воспоминаний о пережитом, выступая как пусковой механизм памяти.

Музейный сувенир, приобретенный в музее, активизирует воспоминания о посещении музея, которые, в свою очередь, могут быть частью более обширного переживания, например, если это посещение входит в туристическую программу. В современной музейной практике сувенир занимает особое место и для музея, и для посетителя. Для музея сувенир выполняет несколько функций, таких как создание музейного бренда, получение прибыли от продажи и адаптация музейных смыслов к языку массовой культуры. Для посетителя сувенир служит маркером памяти о пережитых им событиях и чувствах во время туристической поездки или отдельного посещения музея. На первый взгляд музейный сувенир кажется простым феноменом, и его функции понятны и однозначны, однако более подробный анализ этого явления раскрывает движущие силы, лежащие в основе эволюции музея.

Давайте вернемся к тому периоду, когда 60-е годы XX века стали новым этапом в истории музейной практики, и рассмотрим социальные и культурные изменения, произошедшие в это время. Важным аспектом этого периода было широкое распространение крупных промышленных городов. Города во второй половине XX века стали центрами значительных ресурсов: экономических, социальных, культурных и политических. Они привлекли большую часть населения развитых стран, как через расширение уже существовавших урбанистических центров, так и через создание новых городов. Развитие городов привело к

изменению социальных отношений, ориентированных на максимальный комфорт для каждого члена общества. Хотя это была скорее цель, чем реальная практика, стремление к индивидуальному комфорту привело к разрушению традиционного уклада общественной жизни и отчуждению человека от социума.

Эволюция социальных отношений в промышленных городах привела к изменению мировосприятия жителя города. Понятие культуры стало включать в себя «развлечение» как неотъемлемую часть комфорта. Городская культура стала создавать бесконечное множество образов, предназначенных для потребления [8, с. 91], и художники, такие как Бэнкси и Марина Абрамович, играли ключевую роль, создавая визуальные и эмоциональные образы [9-10]. Эти образы стали основным результатом их творчества и предлагались городским жителям как продукт культуры. Покупатель образов приглашался не просто быть пассивным зрителем, а становиться соавтором в процессе их создания [11, с. 160]. Таким образом, развитие города способствовало изменению восприятия культуры, которая теперь тесно связана с понятием развлечения и приобретает характер включенной деятельности [12, с. 151].

Однако развитие городской культуры было только одним из изменений во второй половине XX века, которое повлияло на развитие музеев. Вторым значимым изменением было формирование в городах культуры потребления. С конца 60-х годов в странах Запада потребление перестало рассматриваться только как экономическая категория и стало своеобразной идеологией, отделенной от политических взглядов. Целью культуры и общества потребления стало «желание обладать», распространяющееся на предметы, эмоции, знания и информацию. Этот процесс сделал культуру любой части мира доступной для обладания через туризм, а музей стал своеобразной «сувенирной лавкой», ориентированной на массовое потребление и спрос [13, с. 15]. Посетитель музея теперь стремится обладать образами культуры, знаниями и предметами, способными актуализировать его воспоминания. Таким образом, два процесса середины XX века создали условия для появления «нового» музея – музея для туриста, центра развлечений с образовательными функциями. Эти тенденции оказали влияние на изменение музейной и культурной среды, доминирующее в наше время.

Термин глокализация возник в Японии и получил развитие в маркетинговых стратегиях по адаптации «глобального в локальное» для повышения продаж товаров и услуг, чуждых японской культуре [14, с. 4]. Глокализация позволила музеям интегрироваться в глобальную систему развлечений, заинтересовать туристов образами локальной культуры, адаптированными к массовому спросу и понятными массовым потребителям [15, с. 133]. Одним из практических проявлений этого процесса является распространение музейного сувенира, который выступает как связующее звено между музеем и обществом. Отметим, что функции музейного сувенира не ограничиваются лишь теми, которые были перечислены выше. Напротив, его функциональная нагрузка значительно шире

той, которой он обладает на первый взгляд. Музейный сувенир позволяет музею интегрироваться в неолиберальную модель развития глобального мира, превратив музейную практику в бизнес, а музей – в товарный бренд. Для более полного понимания этой функции музейного сувенира рассмотрим маркетинговый подход к современному музею. Маркетинг в сфере культуры – это формирование спроса в пространстве досуга, свободного времени [16, с. 92]. Хотя он называется «некоммерческий маркетинг», его задачи вполне коммерческие. Главная цель маркетинговых программ в сфере культуры – привлечение потребителей и увеличение прибыли этой части рынка.

Привлечение потребителей осуществляется через применение социально одобряемых стратегий выстраивания музейного пространства [16, с. 87] – комфортной среды развлечения, простой и понятной для обывателя. Увеличение прибыли осуществляется через создание музейного бренда, который выступает гарантией качества, мерилom подлинности музейных образов [16, с. 95]. Одним из инструментов создания бренда является музейный сувенир, который одновременно несёт в себе культурное послание человеку на языке массового потребления и выступает носителем рекламы конкретного музея [17], [18]. Музейный сувенир напрямую способствует увеличению прибыльности музейной индустрии: так, по оценкам маркетологов рынок сувенирной продукции в России сохраняет рост 15-20% в год, а объём выпускаемой продукции может вырасти до одного миллиарда долларов [19]. Эти данные наглядно демонстрируют роль музейного сувенира как инструмента интеграции музея в сферу рыночных отношений. Музейный сувенир переводит категории локальной культуры на язык общества потребления, формирует музейный бренд и способствует увеличению прибыли музеев. На первый взгляд эти функции сувенира не несут в себе ничего отрицательного для музея и культуры вообще, но при более полном рассмотрении феномена музейного сувенира проявляется его негативное влияние на музей. По сути, речь идёт о девальвации роли музея и культуры в массовом сознании. Переводя язык культуры на язык «вещи», сувенир упрощает восприятие культурных категорий до географических маркеров: именно место, а не историческое время фиксирует сувенир в памяти своего владельца. Человек первым делом вспоминает, где приобрёл он «памятную вещь» и лишь потом прибегает к выстраиванию событий, связанных с этим местом [20, с. 3-4]. Таков механизм памяти, но он работает против музея и культуры, т. к. современный городской человек идёт в музей за развлечениями, ему незачем погружаться в историческую память культуры, он ждёт от музея ясных и понятных образов, его впечатляет «место», а не его содержание. Сувенир позволяет переживать «впечатление места» вновь и вновь, но не даёт возможности раскрыть культурное содержание музея. Параллельно с процессом упрощения восприятия культурных категорий, музейный сувенир способствует упрощению самой культуры. Это касается «сувениризации» локальной культуры. В погоне за прибылью «музеи для туристов» упрощают локальную культуру, делая её понятной человеку со стороны. Часто в таких ситуациях создаются новые

«культурные явления», которые вписывают в историческую память, искусственно удревняются и соответствуют запросам туристов и посетителей [20, с. 2]. Упрощённая и понятная культура фиксируется в сувенирах, тем самым тиражируется и распространяется с небывалой скоростью. В этой ситуации кардинально меняются функции музея — из хранителя исторической памяти культуры он превращается в её создателя. Это положение находит подтверждение в том, что многие новые музеи были созданы без постоянной коллекции и не желают ей обзаводиться [21, с. 294]. Задача музея не сохранять, а создавать образы, пригодные для массового потребления. Именно это вызывает ощущение системного кризиса музея — изменение его задачи приветствуется обществом потребления, но отторгается культурой. До второй половины XX в. культура создавала «подлинники», предававшие ей вещественность. Неспособность культуры создавать «подлинники» в промышленных масштабах вытеснило вещи образами. Музей больше не нуждается в накоплении вещей, он создаёт «образ», приемлемый для общества [22]. Подобная трансформация функции музея оставляет неразрешённым вопрос о соотношении подлинного и копийного, реального и виртуального в современном музее и культуре.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Будко А.А. Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью // Музей. 2009. № 9. С. 32-36.
2. Каткова К.Ф. Ретроспективный анализ развития социокультурной миссии региональных музеев России: середина XIX века–рубеж XX-XXI веков // Политика и общество. 2015. № 5. С. 603-608.
3. Рыбаков Ф.Ф. Теоретические основы экономики музейного дела. // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2002. Сер. 5. Вып. 1. № 5. С. 111-116.
4. Нуттунен Е.А. Современность и музей в контексте новых форм сотрудничества. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. №3-2. С. 129-131.
5. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
6. Сапанжа О.С. Турист в современном музее: философия просвещения, технология развлечения // Вопросы музеологии. 2010. № 2. С. 103-106.
7. Дашкова Е.В., Некрасова О.В. Современный музей: определение научных дефиниций // Социосфера. 2014. № 28. С. 20-27.
8. Михайленко С.Б. «Обнажённый город»: психогеография в контексте исторической урбанистики 1950 -1960 гг. // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2010. №1. С. 88-97.
9. Бэнкси. Выход через сувенирную лавку. URL: <http://megogo.net/ru/view/1610521-vyuhod-cherez-suvvenirnyulavku.html> (дата обращения: 24.09.2023)
10. Эйкерс М., Дюпре Д. Марина Абрамович: В присутствии художника. URL: <http://www.ivy.ru/watch/130300> (дата обращения: 20.09.2023)
11. Аверкин М.Г. Модификация форматов коммуникативного взаимодействия современного музея. // Вопросы музеологии. 2010. № 2. С. 157-164.
12. Paddon H. Redisplaying Museum collections: contemporary display and interpretation in British museums. Ashgate, 2014. 184 p.

13. Худякова Л.А. Музей в эпоху постмодерна: потери или возможности? // Вопросы музеологии. 2010. № 2. С. 12-21.
14. Sigismondi P. The Digital Glocalization of Entertainment: New Paradigms in the 21st Century Global Mediascape Springer Science & Business Media, 2011. 138 p.
15. Морозова Е.В. Музей и современное общество: взаимовлияние и взаимодействие. // Царскосельские чтения. 2015. № XIX. Том I. С. 128-133.
16. Абанкина Т.В. Влияние информационных технологий на некоммерческий маркетинг // Музей будущего: информационный менеджмент. / сост. А.В. Лебедев. М.: Музей будущего, 2001. С. 83-101.
17. Быстрова Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Человек в мире культуры. 2015. №1. С. 18-22.
18. Рябчиков А.В. К определению рекламного сувенира // Знание. Понимание. Умение. 2013. №1. С.160-166.
19. Иванова О. Обзор рынка подарков, тенденции 2015 года. URL: http://informarket.ru/research/obzor_rinka_podarkov_2015.pdf (дата обращения:10.10.2023)
20. Hume D.L. Tourism Art and Souvenirs: The Material Culture of Tourism. Routledge, 2013. 216 p.
21. Lorente J.P. The Museums of Contemporary Art: Notion and Development. Ashgate, 2011. 330 p.
22. Балаш А.Н. Музейный предмет и музейный сувенир: аутентичность и её трансформация в современной музейной практике // Вопросы музеологии. 2014. №2 (10). С. 22-27

РЕЦЕНЗИЯ / REVIEW

УДК [008+745.522.1] (479.25)

ОБРАЗ САМАРКАНДА В ПРОСТРАНСТВЕ ГРАЖДАНСКОЙ ДИПЛОМАТИИ И ДИАЛОГА КУЛЬТУР: БРЕНД ГОРОДА КАК ОБЪЕКТ КРЕАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2023 А.Г. Ипполитова (Самара, Россия)

Рецензия на книгу: Ионесов А.И., Ионесов В.И. Самарканд: Образ города в пространстве межкультурной коммуникации. Энциклопедия зарубежной Самаркандианы [Текст]: научно-информационное издание, 2-е переработанное и дополненное издание / Энциклопедический проект «Самаркандиана», Самаркандский городской интерклуб «Эсперанто», Самарское культурологическое общество «Артефакт - культурное разнообразие». Ташкент: SMI-ASIA. 512 с.: 48 цветных вкладок.

Review to the book: Ionesov A.I., Ionesov V.I. Samarkand: An Image of the Town in the Space of Intercultural Communication. An Encyclopedia of Foreign Samarkandiana / Samarkandiana Encyclopedia Project, Samarkand International Friendship Club “Esperanto”, Samara Society for Cultural Studies “Artifact — Cultural Diversity”, Samarkand International University of Technology. Tashkent: SMI-ASIA, 2022. 512 p.: 48 full-page color plates.

Аннотация. В рецензии рассматривается культурологический опыт рассмотрения города не только в пределах его историко-культурного и географического пространства, но и трансляции культурных образов через естественную межкультурную коммуникацию. Способ подачи информации как своеобразного семиотического путеводаителя является оригинальной научно-методической схемой осмысления культурного пространства города в культурной антропологии (на примере Самарканда).

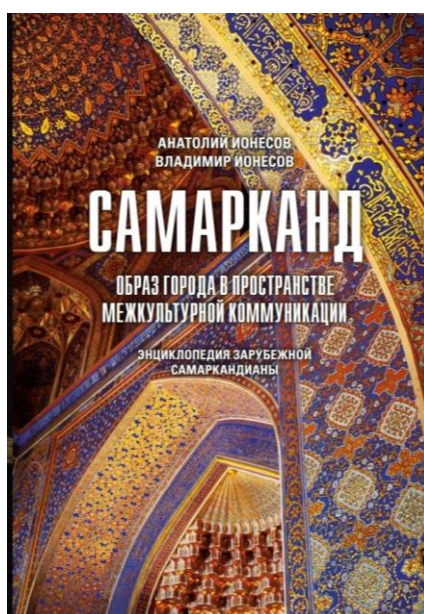
Ключевые слова: образ города, Самарканд, межкультурный диалог, путеводаитель, коммуникация, творчество.

THE IMAGE OF SAMARKAND IN THE SPACE OF CIVIL DIPLOMACY AND
DIALOGUE OF CULTURES: THE CITY BRAND AS AN OBJECT OF CREA-
TIVE COMMUNICATION

© 2023 A.G. Ippolitova (Samara, Russia)

Abstract. *The review examines the cultural experience of considering the city not only within its historical, cultural and geographical space, but also the transmission of cultural images through natural intercultural communication. The method of presenting information as a kind of semiotic guide is an original scientific and methodological scheme for understanding the cultural space of a city in cultural anthropology (using the example of Samarkand).*

Keywords: *image of town, Samarkand, intercultural dialogue, guide, communication, creativity.*



Данное издание представляет собой уникальный культурологический и семиотический путеводитель, научно-справочный формат которого позволяет составить энциклопедическое и одновременно творческое представление о Самарканде как о городе, арт-объекте, архетипе и образе, наполненном вполне определённым культурным кодом с неповторимыми символами и уникальной средой диалога, в которой механизмы коммуникации создавались в ходе естественного культурного процесса.

Мозаичность предлагаемой информации подразумевается форматом издания, являясь авторским замыслом. Читатель будто «погружается» в экскурсию по восточному орнаменту — одному из явных стереотипных образов Самарканда и вообще мусульманского города. Только здесь орнамент создан не только из визуальных образов, но и людей, имён, названий, предметов быта и искусства, природы и пр. Орнаментальная подача информации фигурирует даже в оформлении книги (фото интерьера медресе Тилля-Кари на обложке).

Мозаичность, мозаика в концептуальном замысле братьев А.И. и В.И.Ионесовых явно отсылает читателя к мысли о культурном многообразии, где любая цивилизация представлена набором из разнообразных артефактов. В данном контексте Самарканд как «живое» доказательство диалоговой среды представляет наиболее удачный историко-культурный материал. Ведь внешняя

палитра города и духовные скрепы сохранили здесь образы и ценности разных народов. Именно через мозаичную структуру, яркие культурные вспышки-образы читатель осмысляет культуротворческий потенциал Самарканда. Авторы посвятили этой теме целый ряд своих работ [1-7].

Самарканд — больше, чем поликультурный город с богатым историческим наследием. В этом убеждают авторы издания. Это — своеобразная духовно-культурная единица, погружающая нас в мир прекрасного, романтического, изысканного, гостеприимного и пр. Именно такие акценты оставляет город на теле других культурных пространств. Поэтому в книге проведена интересная систематизация названий, фирм, учреждений, имён, топонимики и пр. в разных странах. Действительно, удивительный культурный акцент Самарканда в том, что редко у кого он ассоциируется с войной, тиранией, эпидемиями и т.д. (хотя всё это, безусловно, присутствовало в исторических реалиях).



*Редактор книги профессор Ю.Н. Абдуллаев представляет новую монографию
«Самарканд: Образ города в пространстве межкультурной коммуникации»
Фото: Махмуджона Рустамова*

Особый историко-культурный менталитет жителей этого среднеазиатского города ассоциируется совершенно с иной мозаикой. Если вы видите название ресторана «Самарканд», то знаете, что будет вкусно, доброжелательно и атмосферно (последнее, если вы не житель Средней Азии). Если вы видите памятники архитектуры, то достраивается в собственной фантазии арабские сказки с джинами и оазисами. Именно на такой позитивной коннотации сконцентрировано внимание читателя в данном издании. Поэтому наше внимание обращают на, казалось, обыденные «мелочи». Почтовые марки, компьютерные

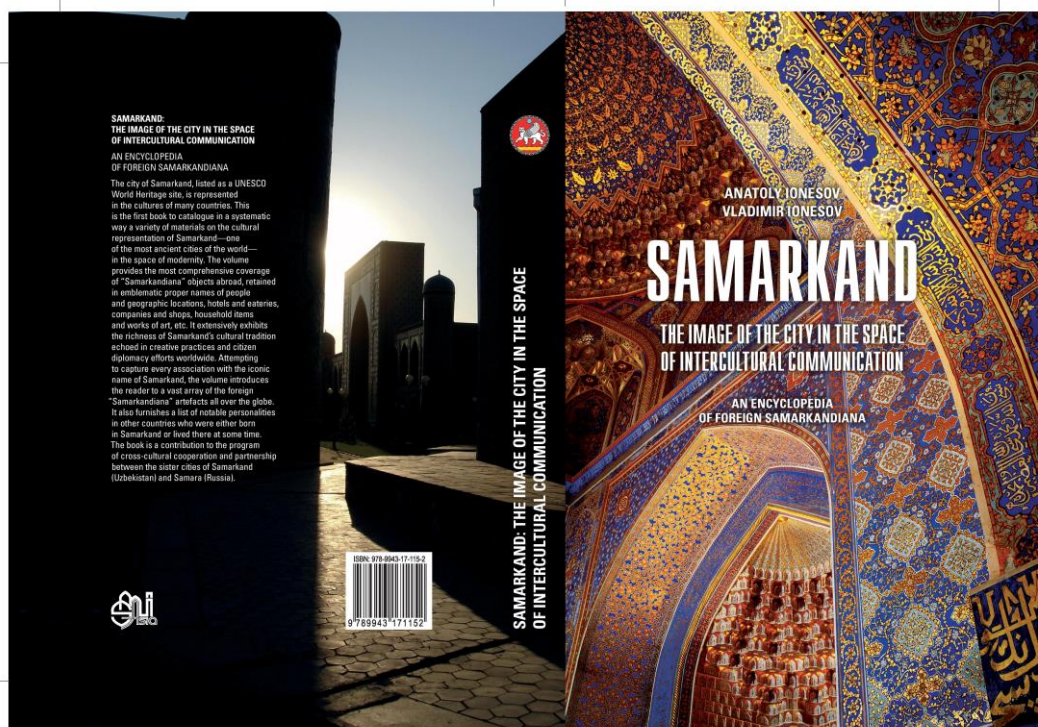
шрифты, вывески и названия, хозяйственно-экономические аспекты жизни (растениеводство, животноводство и др.)



*Авторы книги на презентации англоязычного издания
в Самаркандском международно технологическом университете (Самарканд, Узбекистан).
Фото: Махмуджона Рустамова*

Такое внимание к мелочам и вещам не случайно. Повседневная культурная реальность особенно хорошо демонстрирует культурный взаимообмен, фиксирует артефакты «чужака», органично вошедшего в иное культурное пространство. Наконец, книга отсылает нас и к родовой памяти, обнаруживая в именах и фамилиях историческую взаимосвязь того или иного человека с другими народами.

Итак, концептуальное ядро книги — рассмотрение поликультурной среды Самарканда как притяжения самых разных культур в обоюдном диалоге. Он отдает информацию и принимает в своё культурное тело новые элементы. Именно Самарканд как один из самых популярны восточных туристических объектов является одним из проводников межкультурного диалога.



Обложка англоязычного издания «*Samarkand: The Image of the City in the Space of Intercultural Communication*». Tashkent, SMI-ASIA, 2023. 472 p.

Характерно, что в отличие от устойчивой негативной тенденции последнего времени, выраженной в глобальном нивелировании культурных образов любых поселений, Самарканд везде узнаваем. В этом отражается плодотворная культурная коммуникация его пространства. Цитируя авторов, «образ Самарканда предстаёт в культурных ландшафтах мира в самых разных проекциях и жанрах, но все они едины в своей эстетической узнаваемости яркого художественного колорита древнего города...» (с. 389). Способность сохранения и трансляции идентичности и развитие коммуникативного потенциала с настроен на органичный межкультурный диалог — бесценный историко-культурный опыт, формировавшийся в естественной обстановке культурной действительности Самарканда.

Важно отметить, что публицистическая подача материала делает книгу интересной для широкой читательской аудитории. Кроме того, это плодотворный материал для научно-методической работы со студентами, особенно социогуманитарных специальностей. Ведь подобный «путеводитель» демонстрирует работу механизмов межкультурного диалога. Данное исследование можно использовать как образец по созданию научно-исследовательских «гидов» других культурных локаций, ставших в ходе историко-культурной эволюции ключевыми точками встречи народов и цивилизаций.



*На презентации книги
«Самарканд: Образ города в пространстве межкультурной коммуникации»
Фото: Махмуджона Рустамова*

Подытоживая, заметим, что рецензируемое издание – уникальный пример культуротворческой практики, «нескучной» науки. Классические тезисы современной культурологии здесь «работают» как механизм для создания информационного пространства между автором и читателем. Богатая фактура делает научно-справочное издание энциклопедичным. Взгляд на Самарканд как на уникальное пространство формирования творческого диалога между народами, городами и странами заставляет нас обратиться к миротворческому потенциалу любой национальной культуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ионесов А.И., Ионесов В.И. Самарканд: Образ города в пространстве межкультурной коммуникации. Энциклопедия зарубежной Самаркандианы / Самаркандский городской интерклуб «Эсперанто», Самарское культурологическое общество «Артефакт – культурное разнообразие», Самаркандский международный технологический университет. Ташкент: SMI-ASIA, 2022. 512 с.
2. Ионесов А.И., Ионесов В.И. Самара и Самарканд в диалоге городов: опыт культурного взаимодействия // Наследие и современность в диалоге культур от Волги до Зеравшана: Самара и Самарканд. Материалы международной научной конференции. Самара: СГИК, 2017. С. 30-51.
3. Ионесов А.И., Ионесов В.И. Музей как миротворчество: способны ли артефакты культуры нас примирить? // Вестник Челябинского государственного университета. — 2015. № 19 (374). С. 75-81.
4. Ионесов В.И. Культура как организованный миропорядок: символические формы и метафоры трансформации // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 25 (354). С. 7-13.
5. Ионесов В.И. Гуманистическая природа культурного наследия как ресурс современной образовательной практики // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2015. № 2 (26). С. 60-66.

6. Ионесов В.И. О словотворчестве как трансформации культуры / В сб.: Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Самара: СГИК, 2018. С. 134-140.

7. Ionesov V.I. Can peacemaking be a peace maker? // Peace Review. 2018. V. 30, #4. P. 527-536.

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ / CURRENT INTERVIEW



© 2023 М.А. Пешкова
© 2023 А.В. Давыдов

Интервью художника, члена Международной творческой ассоциации «Палитра Мира», преподавателя Самарского художественного училища им. К.С. Петрова-Водкина **Марии Пешковой** с художником, дизайнером, автором и куратором многочисленных арт-проектов, членом творческого союза художников России, доцентом Самарского университета **Алексеем Давыдовым**. Обсуждаются вопросы творческого взаимодействия художников, музыкантов, литераторов, театральных деятелей, учёных в создании креативной среды в современной выставочной деятельности.

АРТ-ПРОЕКТ КАК СПОСОБ КРЕАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2023 M.A. Peshkova
© 2023 A.V. Davydov

ART PROJECT AS A WAY OF CREATIVE COMMUNICATION

Interview of the artist, member of the International Creative Association "Palette of the World", teacher of the Samara Art School named after K.S. Petrov-Vodkin **Maria Peshkova** with the artist, designer, author and curator of numerous art projects, member of the Creative Union of Artists of Russia, associate professor of the Samara University **Alexey Davydov**. The issues of creative interaction of artists, musicians, writers, theater workers, scientists in creating a creative environment in modern exhibition activities are discussed.



А.В. Давыдов

М.А. Пешкова (МП): Добрый день, Алексей! Благодарю Вас за эту встречу и готовность поделиться с читателями журнала «Вопросы культурологии» беседой о Вашем творчестве!

А.В. Давыдов (АД): Добрый день, Мария! Взаимно благодарен Вам за такую возможность!

МП: Как художник Вы известны в Самаре и далеко за её пределами не только своей колоссальной работоспособностью, но, в первую очередь, интереснейшими и содержательными арт-проектами, многие из которых проходили в галерее «Новое пространство». С чего всё началось?

АД: Началось всё в 2013 году с персональной выставки в галерее «Новое пространство» «Бегущий сквозь реальность». Инициатором выступила директор галереи Светлана Викторовна Данилова. Экспозиция выставки состояла из 200 с лишним работ и включала в себя четыре абсолютно разных раздела: реалистические пейзажи и этюды, «Мандалы» - серию философских абстракций, «Маски» – серию изображений первобытных магических масок и «Сны дайвера» – серию абстрактных картин, посвящённых подводному миру.

МП: Вы занимаетесь дайвингом?

АД: Нет, я никогда не нырял с аквалангом. Вся серия создана мной по воображению на основе изучения видео и фотоматериалов и носит скорее философский характер.

МП: Интересно! Получается, Вы предпочитаете работать сериями?

АД: Да, я выполняю серии работ для того чтобы полнее и глубже раскрыть тему, которую я выбираю для творческого исследования.

МП: В 2014 году также в галерее «Новое пространство» состоялся, наверное, один из самых громких Ваших проектов «Пещера». В чём была его суть, и почему он так назывался?

АД: Тема пещеры давно будоражила моё воображение, как некая мифопоэтическая метафора, объединяющая в себе множество смыслов, сакральных знаний и перекрестных мотивов. Пещера как модель вселенной и как хранилище хаотической стихии, нечто внутреннее, противостоящее внешнему, одновременно место зачатия и место смерти, и дом, и могила, символ плодородия и место инициаций. «Пещера» – это интерактивный культурно-образовательный арт-проект, в котором приняли участие помимо художников, также музыканты, хореографы, культурологи и поэты.

МП: Вскоре после проекта «Пещера» в 2015 году в галерее «Новое пространство» состоялся наш с вами совместный арт-проект «На грани мифа», посвященный славянской мифологии. Я выступала в нём в качестве художника-живописца и графика. А Вы были куратором проекта и автором инсталляций, наполнявших экспозицию. Расскажите об этих инсталляциях.

АД: Инсталляции были выполнены из дерева и носили название «Явь и Навь», они представляли собой идолов. Утилитарно, кроме экспозиционных функций, данные арт-объекты ещё нашли применение в качестве сценического реквизита для спектакля «Снегурочка» режиссера А.А. Мальцева. В рамках проекта состоялся первый театральный показ спектакля по пьесе Островского.

МП: В 2021 году состоялся ещё один значимый проект в галерее «Новое пространство», посвящённый 70-й годовщине Великой Отечественной войны, в котором Вы выступили именно как автор инсталляции под названием «Память». Что включала в себя эта инсталляция?

АД: Зритель в самом начале экспозиции в галерее попадал в длинный белый коридор, где вверху по периметру находились таблички со статистическими данными о потерях в войне. В основе композиции – коридор из чисел, напоминающий портал, лишенный предметной атрибутики. Погрузившись в атмосферу абстрактного пространства, наполненного звуковым рядом, числами и цветом, зрителям предстоит обрести понимание кодировки и встроить её в историческую память. Этот проект дорог для меня ещё и тем, что помимо инсталляции «Память» была также представлена выставка работ моего преподавателя и наставника, Геннадия Васильевича Тибушкина. Это было очень волнительно и важно для меня.

МП: Алексей, я знаю, что в том же 2021 году Вы приняли участие ещё и в арт-проекте «Антропология цвета» [2]. Расскажите о нём поподробнее.

АД: В 2021 году мне посчастливилось участвовать в числе 34 художников со всего мира в международном арт-культурологическом проекте «Антропология цвета: или во что окрашена культура». Идейным вдохновителем и куратором этого проекта был профессор, доктор культурологии Владимир Иванович Ионесов [2]. Художники, скульптуры, дизайнеры, фотографы из 13 стран мира (Аргентина, Бельгия, Венгрия, Гватемала, Иран, Италия, Мексика, Португалия, Россия, США, Франция, Швеция, Япония) обратились к цвету, как подвижной и многогранной культурной реальности, представляющей мир через богатый спектр переходов и тончайших оттенков. Идеи куратора проекта, исходили из того, культура цвета – не застывшая субстанция. Она призвана раздвинуть горизонты и границы бытия, приближая к себе мир мощной силой визуального очарования и эстетического переживания [3-4]. Цвет вдохновляет нас на тончайшие переживания внутреннего характера с одной стороны и также служит главным нарушителем и двигателем глобальных коллективных творческих процессов в культуре [2; 5-7].

МП: Мы с Вами снова пересеклись уже в нынешнем 2023 году в масштабном арт-проекте «Маска. Идол. Тотем». В его экспозицию в галерее «Новое пространство» вошли живописные, графические, керамические, бутафорские работы 17 художников из Самары, Саратова, Армении, Беларуси, Франции. Наряду с картинами молодых участников, были представлены полотна В.З. Пурьгина, Г.В. Тибушкина, Е.Н. Чертыковцева. Автором идеи и куратором проекта были Вы. Что послужило толчком для рождения этой идеи?

АД: Меня уже два десятка лет волнует тема масок, идолов и тотемов. Накопилось довольно много визуального материала. Это живописные работы, графика, коллажи и видеоинсталляции. «Маска. Идол. Тотем» – арт-проект, участники которого выразили художественными средствами пластических изобразительных искусств через образную структуру свое видение метафизического и реального пространства, наполненного идолами, масками и тотемными мирами. В пространстве художественной экспозиции были представлены три поколения художников, что говорит об интересе к данной теме творцов и исследователей разных возрастов, исторических периодов, школ и направлений [1]. Интересно было отследить различия и общности полувекового и современного художественного видения мастеров в контексте заданной темы.

МП: Какие серии Ваших работ были представлены на проекте?

АД: Мною на проект было представлено несколько графических и живописных серий – «Шахматы», «Исчезающий», «Кокон» и др. Но особо я хотел бы остановить внимание на работе, которая называется «Куб. Карантин». Она представляет из себя четыре работы большого размера, смонтированные между собой так, что образуют в аксонометрии куб. Данный арт-объект посвящен тому времени, когда мы переживали времена пандемии.

МП: Я знаю, что у Вас уже был опыт совместного участия в общей экспозиции с картинами Валентина Захаровича Пурьгина. Речь идёт о проекте «Река звала меня на ты...», который проходил в рамках фестиваля поэзии име-

ни М. Анищенко в галерее «Новое пространство» в 2018 г. Кто был инициатором проекта, и как выстраивалась экспозиция?

АД: Меня пригласила для участия в этом проекте директор галереи Светлана Викторовна Данилова. Художественная экспозиция представляла из себя три зала: В.З. Пурыгина, Ю.Е. Скачкова и мой. Выставка являлась площадкой открытого культурного диалога между художниками, литераторами, читателями и всеми, кому небезразличны живые и вдумчивые форматы работы со словом и образом.

МП: Стоит заметить, что пандемия породила в Вашем творчестве не только мрачные темы. В разгар самоизоляции Вы вели «Дневник Пандемии», который вылился в светлый и поэтичный проект «Он сажал для неё абрикосы». Как возникли картины, вошедшие в его экспозицию? И кто был Вашим соавтором в этом проекте?

АД: Арт-проект «Он сажал для неё абрикосы», наверное, самый тёплый и близкий, потому что в нём я участвовал со своей дочерью, самарской поэтессой Милославой Давыдовой. Она придумала идею экспонировать стихи так же, как картины, в рамках. И в одном пространстве разместились мои этюды с цветами и цветущими деревьями и стихи Милославы.

МП: Мне известно, что цветы из Вашего сада, а точнее, конкретный цветок, стал главной темой ещё одного интересного проекта под названием «Iris. Ad unikum momentum» («Ирис. К уникальному моменту»). Так в чём заключалась уникальность момента?

АД: История здесь такова. На моей даче за Волгой на Гавриловой поляне впервые за 18 лет расцвёл ирис второй раз за сезон. Это случилось после того, как мы с моим коллегой и другом, культурологом Владимиром Ивановичем Ионесовым, побывали на открытии моей персональной выставки в Рождественском доме культуры «Заволжье». На выставке были представлены живописные картины, на которых были изображены цветущие деревья и растения, особенно много было в экспозиции работ с ирисами. После открытия моей цветочной выставки Владимир Иванович, подошёл к ирису, позвал меня и пояснил: «Вот, кто есть главный, но безмолвный герой твоей выставки. Поклонись и поблагодари его за то вдохновение, которое он пробудил в тебе и подарил блистательный художественный образ, воплощенный в твоей живописной работе. Ирис продолжает радовать тебя здесь и сейчас, нежно глядя на тебя». И вот через два дня на моем дачном участке, рядом с тем местом, где мы воздавали благодарность цветам, расцвел ирис второй раз за сезон, в августе. Это действительно уникальное явление. Дело в том, что до этого ирисы у нас на участке не цвели повторно и тут расцвел один большой белый ирис. Я зарисовал его в период этого необычного повторного цветения. Так у меня сложилась ещё одна серия из двух десятков графических работ. А затем, уже в Самаре, состоялась выставка под названием «Iris. Ad unikum momentum» в одном из учебных корпусов Самарского государственного института культуры под названием «Дистрижабль». Кстати, на той выставке которой побывала министр культуры РФ

О.Б. Любимова. На открытии я подарил ей один из рисунков ириса. Она поблагодарила меня и сказала, что повесит ирис у себя в кабинете. Так вот и получается, что уникально и само явление повторного цветения растения, и то, что ирис отправился в путешествие в Москву с Гавриловой поляны.



*А.В. Давыдов. Ирис. 2021г.
40x30 бумага, сепия*

МП: Действительно, весьма интересная история! А какой из Ваших проектов был наиболее интересен для Вас лично? И почему?

АД: Наверное, «Энергия пространства». Этот проект был задуман и осуществлён мною совместно с замечательным московским художником и мастером икебана Светланой Замрий. Во-первых, этот проект носил созидательный характер, и нам со Светланой удалось продуктивно творчески сотрудничать. Во-вторых, темы экологии и восточной философии мне очень близки. В-третьих, необходимо выделить поддержку директора галереи «Новое пространство» С.В. Даниловой.

МП: А как проявлялась экологическая направленность проекта?

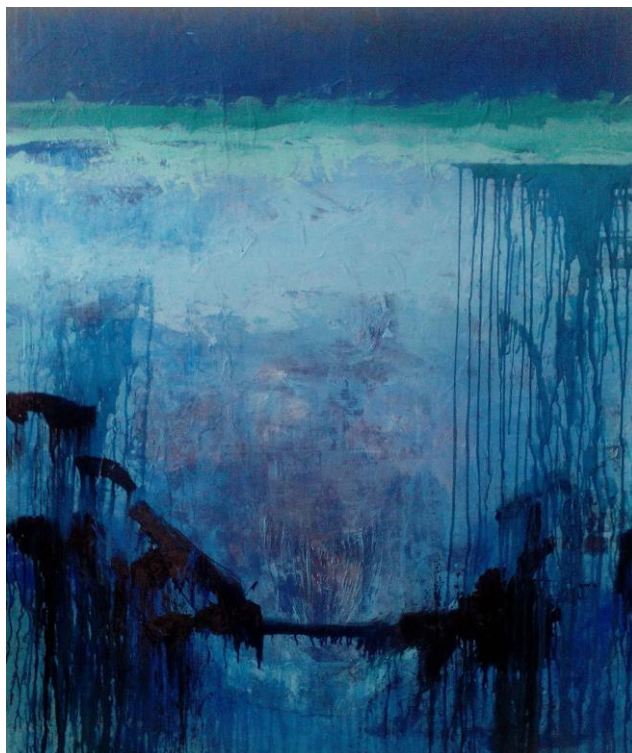
АД: Дело в том, что для наших инсталляций сотрудниками Жигулёвского заповедника были выделены обгоревшие ветки и стволы сосен из заповедного леса, пережившего страшные пожары в 2010 году. Мы дали им вторую жизнь.

МП: Количество и масштабы Ваших проектов поражают. Где Вы черпаете столько энергии?

АД: В тишине.

МП: Алексей, я благодарю Вас за столь содержательную и интересную беседу! И надеюсь, что зрители и коллеги ещё не раз смогут увидеть Ваши новые проекты.

АД: Спасибо! Добра!



*А.В. Давыдов. Стихия воды 2014г.
240x160 оргалит, авторская техника*

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акопов Г. В. Искусство в категориях сознания: хронотопы, образы, дискурсы. М.: ООО «Издательство «Согласие», 2020. – 226 с.
2. Anthropology of Colour or What Colour Is a Culture / Антропология цвета, или во что крашена культура. Под ред. В.И. Ионесова и Ж.-Л. Тюрлюра. Vol. II. Paris, Editions Lergimas (France), 2021. – 140 p.
3. Ионесов А.И., Ионесов В.И. Музей, как миротворчество: способны ли артефакты культуры нас примирить? // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015.– №19 (374). – С.75-81.
4. Ионесов В.И. Культура как организованный миропорядок: символические формы и метафоры трансформации // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 25 (354). С. 7-13.
5. Ионесов В.И. Гуманистическая природа культурного наследия как ресурс современной образовательной практики // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2015. № 2 (26). – С. 60-66
6. Ионесов В.И. О словотворчестве как трансформации культуры // В сборнике: Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Обще-

- ство. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией И.Ю. Акифьевой. – Самара, СГИК, 2018. С. 134-140.
7. Михелькевич В.Н., Ионесов В.И. Культура и образование в креативной практике: объединяя мир через знания // В сборнике: Педагогика творчества: личность, знание, культура. Материалы международной научной конференции (К 90-летию профессора Валентина Николаевича Михелькевича). Под редакцией В.И. Ионесова. 2017. С. 382-393

СОБЫТИЯ / EVENTS

КРЕАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ ЧАЙНОЙ КУЛЬТУРЫ: ЗА ЧАШКОЙ ЧАЯ В САМАРКАНДЕ

© 2023 А.И. Ионесов (Самарканд, Узбекистан)

CREATIVE RESOURCES OF TEA CULTURE: WITH A CUP OF TEA IN SAMARKAND

© 2023 A.I. Ionesov (Samarkand, Uzbekistan)

В историко-этнографическом парке «Вечный город» туристического комплекса Silk Road Samarkand состоялся первый Самаркандский фестиваль «Чай, Культура, Мир!» (Самарканд, Узбекистан). Организатором чайного форума, приуроченного к Международному дню чая (ООН), выступил Самаркандский международный технологический университет (СМТУ). С момента своего основания этот инновационный вуз взял курс не только на подготовку инженерных кадров высшей квалификации, но и на осуществление различных социально значимых культурно-просветительских и образовательных программ, ознакомление жителей и гостей древнего города с культурным наследием разных стран и народов, на продвижение самобытной узбекской культуры за рубежом.



В фестивале приняли участие ведущие китайские эксперты, представители Международного проекта “Teo, Amo kaj la Mondo”; Тяньцзиньской эсперанто-ассоциации (TEA), Тяньцзиньского научно-технического университета

(TUST), Международной базы чайной культуры (ITCB, Ханчжоу) и Чжэцзянского университета сельского хозяйства и лесничества (ZAFU).

Фестиваль проводился в рамках «Года заботы о человеке и качественного образования» и Глобальной инициативы международного сотрудничества «Один пояс – один путь».

Подготовка этого культурно-образовательного мероприятия обсуждалась в ходе визита ректора СМТУ профессора Юсуфа Негматовича Абдуллаева в КНР. Специально для фестиваля китайские друзья направили в Самарканд образцы лучших сортов чая, комплект традиционных чайных принадлежностей, книги о чае, изданные на эсперанто, русском и китайском языках, а также другие тематические материалы.

Как известно, чай – уникальное растение с более чем 5000-летней историей – берёт своё начало в Китае, поэтому неудивительно, что в 2022 году китайская традиционная техника производства и приготовления чая была включена в список объектов Всемирного нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Для народов Центральной Азии, в том числе и Узбекистана, чай – гораздо больше, чем просто ароматный напиток и важный источник питательных веществ, это образ жизни, неотъемлемая часть повседневного быта каждой семьи. В Узбекистане существуют свои уникальные многовековые чайные традиции. Без чая не обходится ни одна трапеза, ни одна встреча гостей, родных и близких, друзей и коллег. За чашкой свежесваренного чая люди становятся ближе друг к другу, общительнее, добрее и мудрее.

Фестиваль стал настоящим праздником для всех, кто любит чай, стремится больше узнать об этом целебном напитке, продегустировать различные виды чая, отточить искусство заваривания и проведения ритуала чаепития.



Признавая долгую историю, культурное и экономическое значение чая в мире, 19 декабря 2019 года Генеральная Ассамблея Организации Объединённых Наций провозгласила 21 мая Международным днём чая (резолюция № A/RES/74/241) и призвала государства-члены ООН, включая гражданское общество, частный сектор и научные круги *«надлежащим образом отмечать Международный день чая в соответствии с национальными приоритетами посредством просвещения и мероприятий, направленных на повышение осведомлённости общественности о важности чая...»*. В 2023 году Международный день чая проводится под девизом «Вместе за чашкой чая» (Bringing people together over a cup of tea). Разнообразие сортов чая и национальных церемоний чаепития обогащает и преобразует культуры, подчёркивая их самобытность. Не случайно, Международный день чая совпал в календаре ООН со Всемирным днём культурного разнообразия во имя диалога и развития.

Первый Самаркандский фестиваль «Чай, Культура, Мир!» стал частью большого международного проекта “Teo, Amo kaj la Mondo”. Его участников присутствующим представил ректор Самаркандского международного технологического университета профессор Ю.Н. Абдуллаев.

С тёплыми дружескими видео-посланиями к участникам форума обратились профессор Ван Сюйфэн (Wang Xufeng), известная китайская писательница, ведущий эксперт по чаю, автор целого ряда художественных и научных трудов, в том числе фундаментальной «Трилогии о мастерах чайного дела»; директор департамента международных обменов Тяньцзиньского научно-технического университета (TUST) профессор Ву Чжэньцзюнь (Wu Zhenjun); руководители Тяньцзиньской эсперанто-ассоциации (TEA) Хан Дацянь (Han Daqiang) и Лин Лиша (Lin Lisha). Помимо этого, в СМТУ поступили чайные видео-приветствия на 36 языках из многих уголков нашей планеты, а также видеоролики о культуре чаепития в разных странах.



Важным элементом программы фестиваля стала международная фотовыставка “Teo, Amo kaj la Mondo”, подготовленная СМТУ совместно с китайскими партнёрами. Это первый показ этой обширной экспозиции в Центральной Азии. К тому же, именно из Самарканда начнётся путешествие фотовыставки по земному шару, причём в ней появится специальный раздел о культуре чаепития в Узбекистане. В дальнейшем, экспонаты выставки будут развёрнуты в новом кампусе СМТУ, где станут частью интерьера «Чайханы мира».

На праздничном мероприятии состоялись национальные чайные церемонии (китайская, корейская, индийская, узбекская и др.), презентация традиционной чайной утвари, дегустация многих видов популярнейшего напитка.

Китайскую чайную церемонию представил отель Silk Road by Minyoun Samarkand Hotel, сотрудники которого пришли на фестиваль вместе с генеральным менеджером Чарли Янгом (Charlie Yang). В беседе с организаторами форума, господин Янг отметил, что он в восторге от увиденного и сообщил, что в мае следующего года они с удовольствием примут участие во втором Самаркандском фестивале «Чай, Культура, Мир!» и привезут в Самарканд много китайских туристов.

Увлекательно провели национальные чайные церемонии декан Корейского колледжа технологий и культуры, профессор Сундон Хван (Hwang Sungdon), преподаватель корейского языка Инён Хванбо (Hwangbo Inyoung) из Республики Корея и декан факультета компьютерных наук СМТУ, профессор Мохаммад Гоуз Галети (Mohammad Gouse Galety) из Индии.

Педагоги СМТУ профессор Аннамари Бассон (Annamarie Basson) из ЮАР и профессор Дорота Маевич (Dorota Majewicz) из Польши поделились своими чайными предпочтениями и рассказали о чайных традициях в своих странах и за что они любят тот или иной вид чая.

Оживление у аудитории вызвала познавательная викторина «Разгадай секреты чая», победители которой были отмечены «чайными» призами, включая кружку с символикой фестиваля.

Концертную программу фестиваля украсили яркие выступления театра исторического костюма СМТУ и активистов Польского культурного центра «Полонез». Визитной карточкой фестиваля стала песня «Музыкальная чайхана» легендарного ВИА «Ялла» в исполнении старшего преподавателя Центра узбекского языка и культуры СМТУ Зульфийи Рашидовой, а также авторская песня на эсперанто “Teo kaj Amo: Koloroj de l’Mondo” ансамбля “Asorti”, с участием музыкантов из Литвы, Испании и Аргентины.

Партнёрами фестиваля выступили группы компаний Eriell, Enter Engineering, Sanoat Energetika Guruhi; МТЦ “Silk Road Samarkand”, ООО “Amir Tea Samarqand”, Silk Road by Minyoun Samarkand Hotel, ресторан “Buyuk Samarkand”, агентство “TA Media” и энциклопедический проект «Самаркандиана».

Каждый участник праздничного мероприятия получил на память от организаторов 30-граммовый пакетик чая с логотипом ООО “Amir Tea Samarqand” и СМТУ.

Стоит отметить, что Самаркандский фестиваль «Чай, Культура, Мир!» стал первым в Узбекистане мероприятием «Года культуры и искусства народов Центральной Азии и Китая», стартовавшего на днях в Сиане – городе-побратиме Самарканда.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Гаранина Ксения Петровна – пресс-секретарь филиала Государственной Третьяковской галереи в г. Самаре (*Самара, Россия*)
E-mail: garaninaksenia@yandex.ru

Давыдов Алексей Владимирович – доцент, член Союза художников России, доцент, Самарский университет (*Самара, Россия*)
E-mail: avd63ru@yandex.ru

Еретин Александр Владимирович – кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна и декоративно-прикладного искусства, Самарский государственный институт культуры (*Самара, Россия*)
E-mail: eretin-a@yandex.ru

Ермолаев Константин Николаевич – доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет (*Самара, Россия*)
E-mail: ermolaevkn@yandex.ru

Ионесов Анатолий Иванович – руководитель энциклопедического проекта «Самаркандиана», эксперт-международник, Самаркандский международный технологический университет (*Самарканд, Республика Узбекистан*)
E-mail: imps86@yahoo.com

Ионесов Владимир Иванович – доктор культурологии, профессор, Самарский государственный институт культуры (*Самара, Россия*)
E-mail: acdis@mail.ru

Ипполитова Анастасия Георгиевна – кандидат культурологии, доцент, Главный консультант Управления обеспечения деятельности секретариата председателя Самарской Губернской Думы (*Самара, Россия*)
E-mail: ippolitovaag@rambler.ru

Куснеева Галина Валерьевна – сотрудник Музея Рязанова в Самаре (*Самара, Россия*)
E-mail: galya.nenasheva.1993@mail.ru

Пешкова Мария Александровна – преподаватель,
Самарское художественное училище им. К.С. Петрова-Водкина
(Самара, Россия)

E-mail: *mar63ru@yandex.ru*

Хренов Николай Андреевич – доктор философских наук, профессор,
главный научный сотрудник сектора художественных проблем массмедиа Гос-
ударственного института искусствознания (Москва, Россия)

E-mail: *nihrenov@mail.ru*

LIST OF CONTRIBUTORS

Davydov, Alexey V. – member of Union of Russian Artists, Associate Professor, Samara University (*Samara, Russia*)
E-mail: avd63ru@yandex.ru

Eretin, Aleksandr V. – Associate Professor, Department of Design and Decorative and Applied Arts, Samara State Institute of Culture (*Samara, Russia*)
E-mail: eretin-a@yandex.ru

Ermolaev, Konstantin N. – Professor, Samara State University of Economics (*Samara, Russia*)
E-mail: ermolaevkn@yandex.ru

Garanina, Kseniya P. – Press Secretary, Tretyakov Gallery in Samara (*Samara, Russia*)
E-mail: garaninaksenia@yandex.ru

Ionesov, Anatoly I. – Expert in International Affairs, Samarkand International University of Technology (*Samarkand, Uzbekistan*)
E-mail: imps86@yahoo.com

Ionesov, Vladimir I. – Doctor of Culture Studies, Ph.D. in History, Professor at the Department of Culture, Museum and Art Studies of the Samara State Institute of Culture (*Samara, Russia*)
E-mail: acdis@mail.ru

Ippolitova, Anastasiya G. – Associate Professor, Chief Consultant of the Department for Supporting the Activities of the Secretariat of the Chairman of the Samara Provincial Duma (*Samara, Russia*)
E-mail: ippolitovaag@rambler.ru

Khrenov, Nikolay A. – Professor, Chief Researcher, The State Institute for Art Studies (*Moscow, Russia*)
E-mail: nihrenov@mail.ru

Kusneeva, Galina V. – Research Assistant, Eldar Ryazanov's Museum (*Samara, Russia*)
E-mail: galya.nenasheva.1993@mail.ru

Peshkova, Maria A. – Artist, Lecturer, Samara K.S. Petrov-Vodkin Art College (*Samara, Russia*)
E-mail: map63ru@yandex.ru