

сентябрь – октябрь
5 (121) 2024 год
Научный журнал

Вестник

МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА КУЛЬТУРЫ
И ИСКУССТВ

Содержание

| | | |
|---|-----------|--|
| ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВА. ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ | 6 | ЗОЛОТУХИНА-АБОЛИНА Е. В. ОБРАЗЫ ЧУДА В ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЕ |
| | 15 | ГУК А. А. ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОТОГРАФИИ В КОНТЕКСТЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ XX ВЕКА |
| | 27 | МАРКОВ А. В., ШТАЙН О. А. МАСКОТ МЕЖДУ РЕАЛЬНЫМ И ЦИФРОВЫМ МИРОМ |
| | 35 | БОЖБИН В. А. АКТУАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ И ПОВЫШЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КАЧЕСТВА ШОУ-ПРОГРАММ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ |
| | 42 | ЧЕРНИКОВ И. А. КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК «ДРУГАЯ РЕАЛЬНОСТЬ» |
| | 53 | ГРИБАНОВА Л. М. ВИРТУАЛЬНАЯ ГРАНИЦА КОМПЬЮТЕРНОЙ МУЗЫКИ |
| | 61 | ГРИГОРЬЕВА М. А. МОТИВЫ ОТВРАЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ КАК СИГНАЛ БЕДСТВИЯ И ИСХОДЯЩЕЙ УГРОЗЫ |
| | 67 | БАЦИЕВ В. В. МЕДИА ФЕНОМЕН «ТЕАТР В КИНО»: ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ |
| | 76 | НАГОРНАЯ Л. Н. КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОГО ИСКУССТВА: КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ПАРАДИГМЫ И ПРАКТИКИ |
| | 85 | ЕЖОВА Е. С. ИТАЛЬЯНСКИЙ МОДНЫЙ ДОМ FENDI И РИМСКИЕ СТАТУИ: ПРИМЕР ИНТЕРКУЛЬТУРНОЙ АПРОПРИАЦИИ |



93 БЕТОВА Е. А.
VR КАК КУЛЬТУРНАЯ ФОРМА
КОЛЛЕКТИВНОГО ТВОРЧЕСТВА

99 ЕСАКОВ В. А., СЕМЕНОВ К. Б.
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В КУЛЬТУРОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКЕ

**ПЕДАГОГИКА
И ОБРАЗОВАНИЕ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

108 ШАРКОВСКАЯ Н. В.
СЛАГАЕМЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ АКТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ

116 ЛАЗАРЕВА Л. И.
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНО-
КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАДРОВОМ
ОБЕСПЕЧЕНИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

125 ИТЕРМАН Л. Н., САДОВСКАЯ В. С.
ИЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВУЗАХ
КУЛЬТУРЫ: ПРЕОДОЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ

132 СЕВЕРОВА Л. А.
ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ
ПРОДЮСЕРА В ВУЗОВСКОЙ ПОДГОТОВКЕ ДЛЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

143 КАМИНСКАЯ Н. Д., ЭРТМАН Е. В.
СОЦИАЛЬНО-КРЕАТИВНАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР
РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ АКТИВНОСТИ
СТУДЕНТОВ ТВОРЧЕСКОГО ВУЗА

**БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИЕ,
БИБЛИОГРАФОВЕДЕНИЕ
И КНИГОВЕДЕНИЕ**

155 ЛИСЕНКО Д. А.
ОСОБЫЕ ВИДЫ ФАНИЗДАНИЙ

**МУЗЕЕВЕДЕНИЕ,
КОНСЕРВАЦИЯ
И РЕСТАВРАЦИЯ
ИСТОРИКО-
КУЛЬТУРНЫХ
ОБЪЕКТОВ**

165 ГОРЛОВА Н. И.
ОБЩЕСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ В ДЕЛЕ СОХРАНЕНИЯ
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ГЕРМАНИИ

September – October
5 (121) 2024
Scientific
Academic Journal

The Bulletin

OF MOSCOW STATE UNIVERSITY
OF CULTURE AND ARTS

Content

| | | |
|--|-----------|--|
| THEORY AND HISTORY OF CULTURE AND ART. PHILOSOPHICAL ANTHROPOLOGY | 6 | ZOLOTUKHINA-ABOLINA E. V. POPULAR CULTURE: THE SEARCH FOR THE MIRACULOUS |
| | 15 | GUK A. A. ONTOLOGICAL ASPECTS OF PHOTOGRAPHY IN THE CONTEXT OF FOREIGN STUDIES OF THE 20TH CENTURY |
| | 27 | MARKOV A. V., SHTAYN O. A. A MASCOT BETWEEN THE REAL AND THE DIGITAL WORLD |
| | 35 | BOZBIN V. A. ACTUALIZATION OF TRADITIONAL VALUES AND IMPROVEMENT OF THE ARTISTIC QUALITY OF RUSSIAN TELEVISION SHOWS |
| | 42 | CHERNIKOV I. A. CULTURAL INDUSTRIES AS A "DIFFERENT REALITY" |
| | 53 | GRIBANOVA L. M. THE VIRTUAL BORDER OF COMPUTER MUSIC |
| | 61 | GRIGORIEVA M. A. MOTIFS OF DISGUST IN CONTEMPORARY ART AS A SIGNAL OF DISTRESS AND AN OUTGOING THREAT |
| | 67 | BATSIEV V. V. MEDIA PHENOMENON "THEATER IN CINEMA": PRINCIPLES OF CREATION AND PERCEPTION |
| | 76 | NAGORNAYA L. N. COMMUNICATIVE POTENTIAL OF DIGITAL ART: CULTURAL AND HISTORICAL PARADIGMS AND PRACTICES |
| | 85 | EZHOVA E. S. ITALIAN FASHION HOUSE FENDI AND ROMAN STATUES: AN EXAMPLE OF INTERCULTURAL APPROPRIATION |



93 BETOEVA E. A.
VR AS A CULTURAL FORM OF COLLECTIVE CREATIVITY

99 ESAKOV V. A., SEMENOV K. B.
THE USE OF MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES
IN CULTURAL STUDIES AND PEDAGOGY

**PEDAGOGY
AND EDUCATION IN THE
FIELD OF CULTURE**

108 SHARKOVSKAYA N. V.
COMPONENTS OF THE PEDAGOGICAL MODEL OF FORMATION
OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY OF PERSONALITY

116 LAZAREVA L. I.
PEDAGOGICAL POTENTIAL OF SOCIO-CULTURAL
ACTIVITIES IN STAFFING OF THE EDUCATIONAL
SYSTEM OF A COMPREHENSIVE SCHOOL

125 ITERMAN L. N., SADOVSKAYA V. S.
OVERCOMING SOCIO-PSYCHOLOGICAL
DIFFICULTIES IN LEARNING A FOREIGN
LANGUAGE AT UNIVERSITIES OF CULTURE

132 SEVEROVA L. A.
FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF
A PRODUCER IN UNIVERSITY TRAINING FOR THE
PROMOTION OF SOCIAL AND CULTURAL PROJECTS

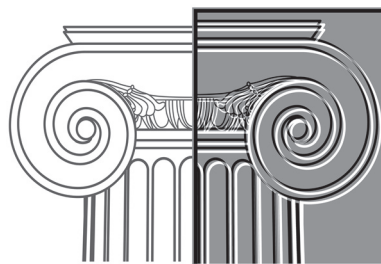
143 KAMINSKAYA N. D., ERTMAN E. V.
SOCIO-CREATIVE ENVIRONMENT AS A FACTOR
OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY DEVELOPMENT
OF CREATIVE UNIVERSITY STUDENTS

**LIBRARY SCIENCE,
BIBLIOGRAPHY AND
BOOK STUDIES**

155 LISENKO D. A.
SPECIAL TYPES OF FAN PUBLICATIONS

**MUSEOLOGY,
CONSERVATION
AND RESTORATION
HISTORICAL
AND CULTURAL
OBJECTS**

165 GORLOVA N. I.
PUBLIC INITIATIVES IN PRESERVING
CULTURAL HERITAGE IN GERMANY



ТЕОРИЯ
И ИСТОРИЯ
КУЛЬТУРЫ,
ИСКУССТВА.
ФИЛОСОФСКАЯ
АНТРОПОЛОГИЯ



ОБРАЗЫ ЧУДА В ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЕ

УДК 130.2

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Е. В. Золотухина - Аболина

Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону, Российская Федерация,
e-mail: elena_zolotuhina@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена специфике поиска чуда и предложения темы чудесного в современной популярной культуре. Автор рассматривает популярную культуру как ту часть коммерческой массовой культуры, которая широко востребована потребителями; в частности весьма популярными являются сюжеты, связанные с чудом. Под чудом в статье понимаются неординарные счастливые события, радикально нарушающие привычный и общепонятный порядок вещей, но именно те, которые оцениваются как благо, потому что отвечают желаниям и чаяниям человека. В отличие от христианства, где чудом полагаются только вторжения Бога в мир, современное эклектическое массовое сознание считает чудом внезапную реализацию собственных настойчивых желаний, полученную любым способом – молитвой, магией, ритуалом, работой с сознанием. В таком представлении о чуде гораздо больше от сказки, чем от веры. Популярная культура предоставляет много способов приобщения потребителей к возможным чудесам, учитывая типы личности. Деятельному, «маскулинному» типу предлагаются разные магические способы активного влияния на собственную судьбу посредством энергетических и ментальных практик; рецептивным, «феминным» клиентам предлагается спектр предсказательных и оберегающих магических услуг. Любым людям, интересующимся чудом не как моментом собственной жизни, а как любопытным феноменом, предлагается обилие сказок, фэнтези, мистической и магической литературы, включая книги по трансперсонализму, а также – компьютерные игры, включающие чудо как необходимый момент сюжета. «Магические услуги», связанные с надеждами на чудесное, в огромной степени перемещаются в Интернет, становятся частью информационных сетей, осуществляются дистантно. Автор фиксирует, что чудо, которое всегда представлялось экстраординарным событием, редким и доступным опыту единиц, благодаря популярной культуре начинает представляться чем-то доступным и обыденным, девальвируется, и, становясь постоянным элементом боевиков и детективов, приобретает оттенок брутальности.

Ключевые слова: чудо, массовая культура, популярная культура, чудеса, коммерциализация, магия, сказки, фэнтези.

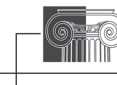
Для цитирования: Золотухина-Аболина Е. В. Образы чуда в популярной культуре // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 6–14. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда «Религиозные и секулярные дискуссии о чуде» № 23-28-00254, <https://rscf.ru/project/23-28-00254/>

ЗОЛОТУХИНА-АБОЛИНА ЕЛЕНА ВСЕВОЛОДОВНА – доктор философских наук, профессор, Южный федеральный университет

ZOLOTUKHINA-ABOLINA ELENA VSEVOLODOVNA – DSc in Philosophy, Professor, South Federal University

© Золотухина-Аболина Е. В., 2024



POPULAR CULTURE: THE SEARCH FOR THE MIRACULOUS

Elena V. Zolotukhina - Abolina

Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russian Federation,
e-mail: elena_zolotuhina@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the specifics of the search for a miracle and the proposal of the theme of the miraculous in modern popular culture. The author considers popular culture as that part of commercial mass culture that is widely in demand by consumers; in particular, stories related to miracles are very popular. In the article, a miracle is understood as extraordinary happy events that radically violate the usual and generally understood order of things, but precisely those that are assessed as good because they meet the desires and aspirations of a person. Unlike Christianity, where miracles rely only on intrusions into the world of God, modern eclectic mass consciousness considers a miracle the sudden realization of one's own persistent desires, obtained in any way: prayer, magic, ritual, work with consciousness. This idea of a miracle has much more to do with a fairy tale than with faith. Popular culture provides many ways to expose consumers to possible wonders, given personality types. The active, "masculine" type is offered various magical ways to actively influence their own destiny through energy and mental practices; Receptive, "feminine" clients are offered a range of predictive and protective magical services. Any people interested in a miracle not as a moment in their own lives, but as a curious phenomenon, are offered an abundance of fairy tales, fantasy, mystical and magical literature, including books on transpersonalism, as well as computer games that include a miracle as a necessary plot point. "Magical services" associated with hopes for the miraculous are moving to a huge extent on the Internet, becoming part of information networks, and carried out remotely. The author notes that a miracle, which has always seemed like an extraordinary event, rare and accessible to the experience of a few, thanks to popular culture, begins to seem like something accessible and ordinary, is devalued, and, becoming a permanent element of action films and detective stories, acquires a tinge of brutality.

Keywords: miracle mass culture, popular culture, miracles. commercialization, magic, fairy tales, fantasy.

For citation: Zolotukhina-Abolina E. V. Popular Culture: The search for the Miraculous. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 6–14. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Acknowledgements: The research was supported by a grant from the Russian Science Foundation "Religious and secular discourses about miracles" No. 23-28-00254, <https://rscf.ru/project/23-28-00254/>

Постановка вопроса

Тема статьи, предлагаемой вниманию читателей, – это обращение к тому «пространству чудесного», которое существует в современной поп-культуре и составляет ее немалую часть. Сокращение «поп» – по крайней мере, в России – звучит неблагозвучно и как бы намекает на некоторую низкопробность рассматриваемого материала, поэтому в дальнейшем я буду говорить о «популярной культуре», называя ее полным именем. Рассмотрением понятия популярной культуры занимались в недавнем времени такие английские авторы как Дж. Фиске, Д. Чейни,

Дж. Стори; в русскоязычных исследованиях феномен популярной культуры ярко представлен работами Е. Н. Шапинской [22; 23] и В. Скрижицкого [15], издавались также сборники, трактующие это понятие [3]. Феномен популярной культуры рассматривался в разных контекстах в диссертационных исследованиях [11; 13; 16].

Понятие популярной культуры соотносят обычно с понятиями массовой и народной (фольклорной) культуры. Между тем стоит заметить, что разные исследователи трактуют его по-разному. Лично мне, как автору статьи, близко понимание Дж. Фиске, которое может



быть выражено так: «Массовая культура – это культура, которая массово производится, распространяется и продается. Популярная культура – это то, что возникает из массовой культуры, согласно мнению большинства» [15].

Фольклорная культура, рождаемая непосредственно из глубины народной жизни, во многом покинула мир современных мегаполисов, осталась достоянием прошлого, хотя, возможно, и стоит поискать «местный фольклор» в малых городах и сельской местности. Но дело в том, что коммерциализированная массовая культура становится ныне формой существования и воспроизводства для *любых* видов культуры. *Популярная культура* – это то, что охотно и активно потребляется, будучи извлечено из массива массовой культуры. Она производит, предлагает и навязывает свой продукт – смыслы, ценности, цели, эмоции, образы прошлого, настоящего и будущего, стереотипы поведения и переживания. Собственно, популярно то, что *востребовано*, что вызывает эмоциональный резонанс, что хотят видеть и слышать снова и снова. Стремясь получить прибыль, все звенья производства массовой культуры стараются быть популярны, хотя при этом они, несомненно, реализуют собственный интерес и нередко транслируют то представление о смыслах и образах, которое присуще владельцам и организаторам масс-медиа, моды и других видов культурных практик.

Одним из важных направлений создания контента для массового потребления, контента, который был бы популярным, является *тематика чуда и чудесного*.

Ответы популярной культуры на жажду чуда

Слово «чудо» присутствует практически в любом языке мира. Но присутствует не только слово, но и образ, порой характеризующий лишь восторженным восклицанием. Чудо – это всегда *нарушение привычного, общепонятного порядка вещей*, причем такое, которое отвечает *страстному желанию и чаянию человека*: уж и не надеялся на счастли-

вый исход, на спасение, воскресение, любовь, творческое озарение, а оно произошло. Чудо связано с *внезапной позитивной трансформацией обстоятельств и состояний*, с открытием путей к счастью, оно воспринимается как «данное свыше».

В христианской мысли чудом выступают все события, связанные с приходом Бога в мир – Рождество, Крещение, Богоявление, Воскресение, а также таинства – Евхаристия, Елеосвещение, Священство, Брак. Благодаря им человек приобщается непосредственно к Богу, к высшим измерениям бытия. Для христианства чудо может совершать *только Всевышний*, а человеческие попытки магии и чудотворчества отвергаются. В то же время мантические и магические практики, направленные на «возникновение чудесного», известны с дохристианских времен, а «народная магия» также имеет место в современных городах, как в деревнях далекого прошлого.

О чуде как загадочном и важном феномене писали многие интересные авторы, среди которых С. С. Аверинцев [1], Ж. Ле Гофф [6], А. Я. Гуревич [2], А. Ф. Лосев [8] и др. Сравнительный анализ взглядов на чудо русских и зарубежных авторов дает в одной из своих статей К. Г. Фрумкин [19]. Отметим, что в философском ключе в качестве чуда может рассматриваться весь мир и само существование человека, но в рамках повседневного массового сознания чудо видится, скорее, как *событие*, прекрасное и потрясающее, ведущее к *радикальному* улучшению жизни.

Конечно, кроме вожделенного Божественного чуда, дарующего счастье, бывают и «чудеса» в негативном смысле слова. В народной стихии рождаются представления о ведьмах и колдунах, которые могут навредить. Однако злые чудеса тоже бывают кому-то выгодны и полезны, они способны быть инструментом, средством достижения цели и, в сущности, герои сказок всегда стремятся даже скверные чудеса обернуть себе на пользу. Гадания и магия становятся оружием для обретения чудесной победы или чудесного спасения.



Современные люди, живущие в технизированной, информационном, но трудном и не слишком справедливом мире, также – кто тайно, кто явно – мечтает о чуде, которое радикально *преобразовало бы жизнь в позитивном ключе*. Это, в первую очередь, жажда бессмертия для себя и близких, желание выздоровления от недугов; блистательные успехи и головокружительные карьеры, случающиеся «вдруг»; это взаимная вдохновительная любовь; это всеобщее доброжелательство, неожиданное материальное богатство, позволяющее жить свободно; это, наконец, возможность везде и всегда быть победителем, умение превращать желаемое в действительное... Повседневность и обыденность принуждают к многоплановой борьбе за существование, к уступкам и жертвам, к терпению и покорности, а душа стремится к чуду, которое могло бы все проблемы благополучно разрешить.

Именно поэтому *высоко популярна* та часть массовой культуры, которая дает возможность *надеяться на чудо, смотреть на чудеса и быть причастными к чудесам*. Конечно, мрачный круг депрессивных интеллектуалов-материалистов чудеса презирает, но и они порой не прочь помечтать о том, чтобы «все хорошее победило все плохое». Следует отметить, что современный зритель, читатель и пользователей Интернета не делает существенного различия между теми «чудесными событиями», которые происходят непосредственно от Бога и теми, которые производят иные существа, сущности и люди. Европа ныне признает себя «постхристианской», а в России, хотя многие и соблюдают основные христианские праздники, но не очень-то посещают храмы в ходе текущей жизни. Сознание сегодняшнего россиянина достаточно *эклeктично*, в нем смешаны чисто светский подход к миру, обрывки христианских представлений, такие же фрагменты спиритуалистических взглядов, симпатия к «народной магии». Один и тот же человек может «за своим чудом» как идти в храм, так и к гадалке, которая покупает свечки в том же храме. Для многих Бог выступает безличным по прин-

ципу «что-то там над нами есть», а, значит, и гадалка к Богу причастна, и медитация ведет к нему же. И «средний человек» хочет, в первую очередь, чудесных событий, которые дадут ему столь же чудесные переживания.

Что же предлагает сегодняшнему потребителю та часть массовой культуры, которую можно с полным правом назвать популярной?

Чтобы указать характерные формы популярной культуры, отвечающей на потребность масс в *чудесном*, сделаем условное предположение о существовании *двух типов личности*, один из которых можно назвать маскулинным, а другой – фемининным. Названия эти соотносятся с юнговскими архетипами Анимуса и Анимы, где Анимус – это активное и агрессивное, поистине мужское деятельное начало, а Анима – рецептивное, пассивное, воспринимающее женское начало, однако не хуже Анимуса способное к творчеству. В соответствии с этим условным, в данном случае, подсобным для нас разделением мы можем выделить «мужское», *деятельное отношение к чуду*, по принципу «а чудеса мы умеем делать сами». В маскулинном варианте восприятия и поведения человек не ожидает чуда и о нем не молит, он действует и хочет участвовать в действии, вызывающем чудо. В этом смысле любая магия – маскулинный вариант, что, собственно, также характерно для науки и техники, склонных вторгаться в природу и преобразовывать ее, вызывая «рукотворные чудеса». В фемининном варианте человек молится, надеется, ждет проявления Божьей воли или «доброе волшебника», надеется на счастливый случай, на помощь свыше и на счастливое стечение обстоятельств, он также склонен уповать на судьбу, хотя очень хочет ее проведать.

Конечно, в реальных людях, и мужчинах, и женщинах, эти тенденции смешаны, но в ком-то доминирует деятельное, а в ком-то – рецептивное начало. И массовая культура создает такие предложения, которые будут *популярны у обоих типов личности*, будут одобрены и восприняты массово: маскулинная натура прикоснется к деятель-



ному чуду, а фемининная – получит надежду на чудо и укрепится в ней. В данном случае речь идет именно о *личной причастности* к чудесному, когда нечто замечательное и волшебное должно произойти именно с тобой. Что же предлагает современным людям популярная культура? Будем называть те формы «личной причастности к чуду», которые как поставляются в личном режиме, так и могут быть получены с помощью книг или онлайн.

Маскулинный тип – «хочу сам творить чудеса»

Если человек желает сам творить чудеса в своей жизни подобно конструктору или инженеру, он может вступать в разного рода тренинговые группы, которые обещают развить его навыки работы с внутренней энергией (например, Файербол Б. Моносова [10]) или овладеть эмоционально-мыслительными техниками вроде Симорона [17], или же обратиться к методикам Л. Хей [9], А. Свияша [14], В. Зеланда [5], которые обещают при определенном усердии превращение ищущего в Вершителя своей судьбы. Овладевая соответствующими техниками работы с энергиями, навыками позитивного мировосприятия и мышления, индивид должен по существу стать магом. Он, конечно, не вступает в конфликт с предполагаемыми высшими силами, а, напротив, либо «посылает им заказ на космическую кухню», либо подобно серфингисту «седлает волну», на которой к нему должно приплыть исполнение желаний, несмотря на все сопротивление объективных обстоятельств (обстоятельства должны чудесным образом сами подстроиться).

Авторы, ведущие своих почитателей к чудесам, *поистине популярны*. Так Интернет любезно сообщает нам о Луизе Хей, чья книга «Ты можешь исцелить свою жизнь» впервые была издана в 1984 году, переведена на 30 языков народов мира, стала мировым бестселлером, совокупный тираж которого превысил 50 000 000 экземпляров. Луиза Хей входит в список 100 самых влиятельных духовных лидеров современности в 2012 году по вер-

сии журнала «Watkins' Mind Body Spirit» [20]. О книгах Вадима Зеланда, который создал методику «перемещения с одной ветки реальности на другую» (а это, несомненно, чудесно) издательство «Эксмо» пишет: «А суммарные тиражи от их продажи составили более 3 млн экземпляров в 20 странах мира» [24]. И хотя чудеса во многих случаях не происходят, что нередко обсуждается на просторах сетей, упорные искатели не отступают: чудо всегда манит, соответствия сентенции «Завтра» – большой обманщик, и его обман никогда не теряет прелести новизны». В информационном пространстве присутствует огромное количество сайтов, предлагающих не только книги, но также и практики – как «в реале», так и дистантно [25], где предлагается и тета-хилинг, и овладение «кодом судьбы», и обучение рейки, и многое другое.

Задачей моей статьи не является критика поисков чудесного. Мир очень сложен, и мы многого о нем не знаем. Понятно, что автор, пишущий о поиске чудесного, сам в какой-то степени причастен к этому поиску, иначе он никогда не пошел бы бродить по эзотерическим, магическим и мистическим порталам. Моя задача в ином – уловить специфику этого древнего поиска в современной популярной культуре. И, думаю, одним из специфических моментов является именно *массовость*, сама *популярность* темы. Поиск чудес и тем более желание овладеть их актуализацией всегда был занятием узкого круга, так как в европейской культуре христианская религия не велела увлекаться колдовскими играми и даже жестоко за них карала. Но с процессом секуляризации надежда на молитву и Бога, смягчавшая страдания людей, угасла, а в России долго господствующий атеизм создал разрыв в традиции. На место веры и молитвы в массовое сознание 90-х годов вместе с потоком переводных эзотерических книг пришло желание «испробовать свои мистико-магические способности», самим создать чудо, если его не дождешься от «высших инстанций бытия». Эзотерическое сделалось экзотерическим, книжные магазины заполнились огромным



количество книг, повествующих о возможности чуда, создаваемого человеческим умом, чувством и волей.

Фемининный тип – «сделайте мне чудо»

Однако не все готовы посягать на статус чудотворцев и смело учиться перечить судьбе. Более пассивные и не столь храбрые натуры предпочитают чудодейственными способами просто получать информацию о грядущем, охранять себя волшебными средствами от напастей и обращаться к содействию утешителей, желательно имеющих доступ к «источникам чуда». Это когорта людей, постоянно обращающихся к мантике, проще говоря, к гаданиям или же, если говорить на другом языке, к разным видам «считки информации», не доступной для обычных средств. Если маскулинный представитель соотношения с чудом (это может быть и женщина!) строит свой *проект* чудесного, то фемининная натура ограничивается *прогнозом реальных событий*. А кто предупрежден, тот вооружен! Обращение к чудесному, к нетривиальным вариантам познания не столько преследует позитивную цель, сколько ограждается от негативного сценария.

В распоряжение этих «потребителей чуда» популярная культура предоставляет широкий набор средств. Это астрологические прогнозы (Т. Глоба [21], А. Зараев [4] и др.), это огромное количество гаданий на Таро, предлагаемых как в рамках личной встречи, так и в режиме Интернет. Таро приобрело за последние десятилетия невиданную популярность, оно дополняется предсказаниями на основе колоды Ленорман и различных новоизобретенных Оракулов. Можно чудесным способом узреть будущее на бесплатных и на платных сайтах, вступать в личный контакт с гадателем с помощью Whatsapp и других мессенджеров. Впрочем, и пассивные опасливые натуры желают порой повлиять на события, просто – чужими руками. Тогда они прибегают к предлагаемой возможности заказывать привороты и отвороты, различного рода ритуалы,

направленные на оздоровление организма, улучшение карьеры, ослабление сил недругов. Специалист «сделает вам чудо»! Он может к тому же соорудить обереги, подсказать заговоры и посоветовать ритуалы, которые проводятся без особых избыточных усилий в подходящее «священное время». Впрочем, скорее он проведет их сам за приличную оплату. Сюда же можно отнести разного рода отливки на воске и отчитки молитвами.

В рамках популярной культуры возникают удивительные формы «чудесных предсказаний», когда карточный расклад ведется онлайн сразу на большую аудиторию совершенно не знакомых, не увиденных и не учтенных предсказательницей людей. Они, «по ту сторону экрана», сами загадывают номер расклада из предлагаемого набора и сами к своим обстоятельствам применяют то, что гадательница говорит «для всех». Психологи объясняют это «эффектом Барнума», когда некие общие характеристики (особенно позитивные, но и вообще универсальные и правдоподобные) люди применяют лично к себе. Но в любом случае здесь активно задействуются способности кверента (того, кто обращается за предсказанием) к интерпретации. Тот, кто хочет что-то чудесно узнать, становится самостоятельным герменевтом и должен включаться в процесс формирования смысла сказанного для понимания собственного положения дел.

Читатели, зрители, игроки. Особенности «контентного чуда»

Искатели чуда обоих типов и те, кто вовсе не ищет чуда в повседневной жизни, активно «питаются чудесным» в совсем уже отстраненном варианте, когда само *чудо не имеет к ним лично никакого отношения*. Оно просто где-то есть. Оно происходило с кем-то в какие-то былые времена или же о нем повествует искусство, и таким образом дает на него взглянуть. Быть может, о чудесном стоит поговорить или в него поиграть. Вполне резонно даже утверждать, что «это все фантазия», всего лишь литературный или кинематографический жанр,



и я, мол, на самом деле ни во что это не верю, но... Приобщиться к этому хочется.

Массовая культура, идя навстречу пожеланиям потребителя и стремясь превратиться в «популярную культуру», изготавливает гигантское количество литературы, фильмов и компьютерных игр, *включающих тему чудесного*. Если даже взглянуть на российские фильмы последних нескольких лет, то можно увидеть, что это сплошные сказки: «Чебурашка» (2023), «Конек-горбунок» (2023), «Летучий корабль» (2023), «Бременские музыканты» (2024), «По щучьему велению» (2024), «Баба-Яга спасает мир» (2023), и это только наиболее известные. Не отстают и зарубежные фэнтези: «Сердце Пармы» (2022), «Страна снов» (2022), «Принцесса и Руна времени» (2023), «Тайна заколдованного зеркала» (2023) и т. д. Вспомним также популярность «Гарри Поттера», благодаря которому волшебство и чудо стало приходить в любой дом и в книжном, и в кинематографическом, и в «фанатско-сетевом» варианте.

Большим спросом пользуется популярная эзотерическая литература для взрослых, издания, рассказывающие о мистиках и магах, а также о представителях трансперсональной психологии, рассматривающих мир как «одно большое чудо». Но люди, ищущие чудо, не только про него читают, они про него и пишут. Если зайти на сайт «Литмаркет», где выставляют свои произведения самодельные писатели, то можно убедиться, что среди сетевой литературы фэнтези, в которых дело не обходится без чуда, занимают первое место. На 25 января 2024 года в этом разделе Литмаркета [7] самое большое количество произведений именно фэнтези (28062). Любовные романы занимают второе место (19252). И уж совсем отстает научно-популярная литература (158) и военная проза (79). Сочинительство – это тоже форма соприкосновения с чудесным, это словесная игра в него, попытка быть не просто творцом «литературной реальности», но такой, которая сама содержит чудесные возможности.

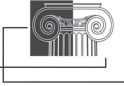
Популярная культура предлагает своим пользователям компьютерные игры в чудес-

ное, выходит множество предложений для смартфонов с играми про магов [18], где участвуют волшебные палочки и посохи, на специальной панели создаются заклинания. В общем, можно, не посягая на события собственной судьбы, вдоволь насладиться колдовством и чудесами. Хотя иногда создатели «волшебного контента» ведут себя практически кощунственно. На мой взгляд, примером этого является «игра в Иисуса Христа» [12]. На сайте, посвященной игре, комментаторы поясняют: «Как и следует из названия, I Am Jesus Christ – это симулятор Сына Божьего, в котором авторы предлагают игрокам в роли Иисуса Христа пройти весь земной путь Бога согласно Новому Завету, от рождения до вознесения. Включены превращение воды в вино, чудесный улов на Галилейском (Геннисаретском) озере и другие мини-игры». Игра создана в Польше и, вроде бы уже одобрена восьмьюдесятью процентами пользователей. Конечно, средневековые представления тоже разыгрывали сцены из Библии, но все же «игра в Иисуса» вне контекста сакрального праздника выглядит несколько цинично.

Заключение

Но в чем особенности того чуда, которое предлагает сегодня людям популярная культура, выраженная в «информационном поле»? Думается, некоторые из них можно коротко выразить следующими тезисами:

1. «Чудесное» в современной культуре *«ставится на поток»*. Тема чуда производится в таких объемах, что вообще-то перестает быть чем-то эксклюзивным, а ведь чудо – это и есть событие экстраординарное, необыкновенное, разрывающее однообразие повседневности. Но если можно ежедневно «играть в Иисуса» и «побеждать монстров волшебным мечом», то чудо – и вовсе не чудо, а некий элемент повседневности. А фильмы с превращениями вообще становятся чем-то банальным и даже не привлекают внимания.



2. «Чудесное» оказывается *доступно всем* и потому *девальвируется*. В сущности, каждый может отправиться на какие-нибудь эзотерические практики и пытаться волшебным образом формировать и себя, и свой жизненный путь. Может, конечно, из этого ничего не выйти, но принципиальных препятствий нет. Хорошо это или плохо? Наверное, ни хорошо ни плохо. Весь вопрос, что из этого получится и будет ли чудо – если вдруг возникнет! – поистине благим для человека и окружающих. Главное, чтобы разочарование не озлобило и не погрузило в депрессию.
3. Чудесное, скрещиваясь с боевиком и детективом, *брутализируется*, отчасти *технизруется*. Чего стоит хотя бы мультфильм «Турбозавры», который мил и забавен, но техника скрещена там одновременно и с животными, и с чудесами, потому что машины постоянно превращаются в зверей и обратно. Куда мрачнее выглядит множество боевиков-фэнтези, где чудеса работают вместе с мечами

и копьями как большая смертоносная дубина.

4. Коммерчески ангажированные «маги и волшебники» постоянно *поднимают свои тарифы* и избыточно заботятся о саморекламе, в то время как «качество чудодейственных услуг» падает – просто в силу того, что исчезает та интимность, которую создает личное общение с «колдуньей-психотерапевтом». Когда нет «волшебной каморки» со свечами и магического интерьера, а есть только экран смартфона, и волшебница на тебя вовсе смотреть не хочет, удовлетворяясь «астралом», то и чуда никакого не получается. Избыточная жажда массовости подрывает саму суть того ожидания чуда, которой желает «фемининно настроенный потребитель», ожидающий сочувствия и успокоения.

Наверное, анализ чудес в популярной культуре можно было бы и продолжить. Но на самом деле это тема для большого и вдумчивого исследования, которое пока в полной мере не проведено. Во всяком случае, в России.

Список литературы

1. Аверинцев С. С. Связь времен. [Электронный ресурс]. URL: <https://predanie.ru/book/216920-svyaz-vremen/>
2. Гуревич А. Я. Культура и общество средневековой Европы глазами современников. Москва: Искусство, 1989. 366 с.
3. Загидуллина М. В. Рецензия на книгу «Топографии популярной культуры» // Филологический класс. 2016. № 2 (44). С. 104–105.
4. Зараев Александр. Официальный сайт. Гороскопы. Астропрогнозы. [Электронный ресурс]. URL: <https://zaraev.ru/>
5. Зеланд В. Пространство вариантов Санкт-Петербург: Весь, 2006. 205 с.
6. Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого. Москва: Прогресс, 2001. 440 с.
7. Литмаркет. [Электронный ресурс]. URL: <https://litmarket.ru/genres>
8. Лосев А. Ф. Диалектика мифа, Москва: Азбука, 2021. 320 с.
9. Лучшие книги Луизы Хей. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.livelib.ru/author/231/top-luiza-he>
10. Моносов Б. Файербол-1: Управление энергией. [Электронный ресурс]. URL: https://booksafe.net/book/monosov_boris-fayerbol_i_upravlenie_energijey-181711.html



11. Рахимова М. В. Концепт популярной культуры в современной англо-американской культурфилософии: философско-эстетический аспект. Москва: Этносоциум. 2010. 208 с.
12. Религиозная игра. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.techinsider.ru/popmem/news-1568951-poyavilas-igra-simulyator-iisusa-hrista-poprobuete/>
13. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: Коммуникационный аспект, 2000. 154 с.
14. Свияш А. Г. Открытое подсознание. Как влиять на себя и других. Легкий путь к позитивным изменениям Москва: АСТ. Астрель. 2011. 379 с.
15. Скрижицкий В. Массовая культура против популярной культуры: объяснение с примерами. [Электронный ресурс]. URL: <https://spressclub.ru/sociology-ru/massovaya-kultura-protiv-populyarnoy-kultury-obyasnenie-s-primerami/>
16. Соколова Н. Л. Популярная культура в эпоху "новых" медиа: социальный анализ культурных практик. Диссертация ... доктора философских наук: 09.00.11. 2010. 354 с.
17. Техника исполнения желаний Симорон – что это такое, как работает. [Электронный ресурс]. URL: <https://astro7.ru/online-journal/luchshie-stati/simoron-tekhnika-ispolneniya-zhelanii.html>;
18. Топ 10 лучших игр про магию на ПК Игры про магов. [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/video/preview/14974139439332013700>
19. Фрумкин К. Г. Теории чуда в XX веке // Электронный журнал «Суфий». [Электронный ресурс]. URL: <https://oldsufiwebzine.wordpress.com/2002/08/20/к-фрумкин-теории-чуда-в-xx-м-веке/>
20. Хей Луиза. [Электронный ресурс]. URL: <https://jbooks.club/Author-1779.html>
21. Центр Тамары Глоба. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC-ReWKh9G-GXfTDSSoTb0JA>
22. Шапинская Е. Н. Культура повседневности как пространство толерантности // Вестник культурологии. 2011. № 3. С. 206–207.
23. Шапинская Е. Н. Очерки популярной культуры. Москва: Академический проект, 2008. 191 с.
24. Эксклюзивное подарочное издание книги Вадима Зеланда «Живой трансерфинг. [Электронный ресурс]. URL: // <https://eksmo.ru/books/books-ID518420/>
25. Эзотерические практики, онлайн тренинги, видео курсы и книги по эзотерике лучших авторов на сайте kurs555.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://kurs555.ru/ezotericheskie-praktiki-onlajn-treningi-video-kursy-i-knigi-po-ezoterike-luchshix-avtorov>

*

Поступила в редакцию 12.08.2024



ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОТОГРАФИИ В КОНТЕКСТЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ XX ВЕКА

УДК 77.04

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-15-26>

А. А. Гук

Кемеровский государственный институт культуры,
Кемерово, Российская Федерация,
e-mail: guk56mai@mail.ru

Аннотация. Работы зарубежных авторов XX века заложили фундамент сложившейся теории фотографии и стали стимулом её дальнейшей рефлексии. Цель данного исследования – на материале зарубежных источников выявить содержание и динамику научных идей при осмыслении природы и сущности фотографии, то есть её онтологию. При этом нами использовался метод критической реконструкции научных работ и компаративный метод. Было проанализировано одиннадцать наиболее известных работ западных теоретиков. При этом в рамках онтологического подхода рассматривалось пять элементов фотографии как деятельностно-творческой системы: субъект и объект фотографирования, процесс фотографической репрезентации, её результат (произведение) и его зрительское освоение. В каждом из элементов были отмечены основные существенные признаки, определяющие бытие фотографии вообще. В результате исследования автор приходит к выводу о том, что возможности онтологического подхода при изучении фотографии еще не исчерпаны, хотя и ограничены её вневременным и статичным рассмотрением. Вместе с тем использование историко-генетической методологии, в которой фотография предстаёт как «живое» динамичное явление, пульсирующее в конкретно-исторических условиях, позволяет дополнить сложившуюся научную картину.

Ключевые слова: фотография, природа, сущность, онтологический подход, элементы фотографической деятельности, зарубежные исследования, компаративный анализ, вторая половина XX века.

Для цитирования: Гук А. А. Онтологические аспекты фотографии в контексте зарубежных исследований XX века // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 15–26. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-15-26>

ONTOLOGICAL ASPECTS OF PHOTOGRAPHY IN THE CONTEXT OF FOREIGN STUDIES OF THE TWENTIETH CENTURY

Alexey A. Guk

Kemerovo State Institute of Culture,
Kemerovo, Russian Federation,
e-mail: guk56mai@mail.ru

ГУК АЛЕКСЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры фотовидеотворчества, Кемеровский государственный институт культуры

GUK ALEKXEY ALEKSANDROVICH – DSc in Philosophy Associate Professor, Professor of Department of Photovideoart, Kemerovo State University of Culture

© Гук А. А., 2024

Abstract. The works of foreign authors of the twentieth century laid the foundation for the established theory of photography and became an incentive for its further reflection. The purpose of this study is to identify the content and dynamics of scientific ideas in understanding the nature and essence of photography, that is, its ontology, based on the material of foreign sources. At the same time, we used the method of critical reconstruction of scientific papers and the comparative method. Eleven of the most famous works of Western theorists were analyzed. At the same time, within the framework of the ontological approach, five elements of photography as an activity-creative system were considered: the subject and object of photographing, the process of photographic representation, its result (work) and its spectator development. In each of the elements, the main essential features defining the existence of photography in general were noted. As a result of the research, the author comes to the conclusion that the possibilities of the ontological approach in the study of photography have not yet been exhausted, although they are limited by its timeless and static consideration. At the same time, the use of historical and genetic methodology, in which photography appears as a "living" dynamic phenomenon pulsating in concrete historical conditions, makes it possible to complement the established scientific picture.

Keywords: photography, nature, essence, ontological approach, elements of photographic activity, foreign research, comparative analysis, the second half of the twentieth century.

For citation: Guk A. A. Ontological aspects of photography in the context of foreign studies of the 20th century. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 15–26. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-15-26>

Значимость фотографии для человеческого сообщества трудно переоценить. Возникнув в середине 19 века, она дала мощный толчок дальнейшему развитию всей техногенной культуры (кино, телевидение, видео и т. д.), а также существенно трансформировала функционирование традиционных искусств (живопись, графика), средств массовой коммуникации (газет, журналов), оказала влияние на науку и образование.

Фотография как полифункциональное образование стала незаменимым средством документирования происходящего, распространения визуальных сообщений. Вместе с тем её стали использовать и как средство художественного выражения, создания фотографических произведений искусства. Фотография внесла свой вклад в обогащение рекламной сферы, дизайна, других областей культуры.

Вся эта культурная многоликость и полифункциональность фотографии не способствовала её осмыслению как целостного явления, в котором можно было выявить некие родовые признаки и единую сущность. Исследователям было весьма затруднительно пойти вглубь, докопаться до первоосновы фотографического феномена. Тем не менее, такие

попытки предпринимались, но не всегда это были специально тематизированные исследования. Часто вопросы природы и сущности фотографии затрагивались лишь косвенно в рамках осмысления более общих тем.

В науке о фотографии наибольший авторитет в мире получили работы зарубежных авторов. Их количество весьма ограничено, но без обращения к ним не обходится ни одно современное исследование о фотографии. Все они в основном написаны во второй половине XX века, в период, когда фотография уже утвердила себя в статусе одного из видов современного изобразительного искусства.

В поле зрения нашего исследования включены работы, которые уже можно считать классическими для теории фотографии. Если следовать хронологическому принципу, то начало теоретической рефлексии фотографии положил В. Беньямин [4] в своем знаменитом эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1937 г.). Продолжил осмысление фотографии А. Базен [2] в статье «Онтология фотографического образа» (1945 г.). Своё понимание фотографии обозначил и А. Картье-Брессон [6] в эссе «Решающий момент» (1952 г.). В книге



о кино З. Кракауэра [7], в главе «Фотография» (1960 г.), рассматриваются её специфические признаки как явления. Фотографии и её предназначению посвящена написанная в конце 60-х – начале 70-х годов одноименная книга Д. Бёрджера [5]. Еще одно эссе «О природе фотографии» (1974 г.) представлено в очерках о психологии искусства Р. Арнхейма [1].

Культурологический взгляд на фотографию продемонстрировала в серии своих очерков (1973–1977 гг.) С. Сонтаг [10]. Вслед за ней Р. Барт [3] осуществил попытку феноменологического анализа фотографии в работе «Camera lucida» (1979 г.) В. Флюссер [11] в своей работе «За философию фотографии» (1983 г.) применил при осмыслении фотографического медиума уже философский подход. Р. Краусс [8] сосредоточила внимание на комплексно-синтетическом изучении фотографии в своей книге «Фотографическое: опыт теории расхождений» (1990 г.). И подвело своеобразный итог упомянутым выше рефлексиям фотографии фундаментальное монографическое исследование, написанное в самом начале 21-го века А. Руйе, «Фотография. Между документом и современным искусством» [9].

Мы уже отмечали, что в большинстве теоретических работ о фотографии вопросы её природы, сущности не являлись основными. Однако, на наш взгляд, анализ этих вопросов является весьма актуальным, так как позволяет понять взаимосвязь идей, их перекличку, найти общее и особенное, которое развивает научную мысль и подвигает её вперед. Для нас природа фотографии – это качественные характеристики, которые вызвали её к жизни и определяют функционирование. Под сущностью фотографии мы будем понимать её внутреннее содержание, выражающееся в единстве всех форм бытия. И природу, и сущность фотографии можно рассматривать как факторы или проявления онтологического подхода, проблематика которого ориентирована на изучение смысловых значений бытия. Таким образом, цель нашего исследования – выявить содержание и динамику научных идей при осмыслении природы и сущности фотографии, то есть её

онтологию, на материале зарубежных исследований XX века. При этом нами использовался метод критической реконструкции научных работ и компаративный метод.

Говоря о теории фотографии, нельзя не назвать имя В. Беньямина, автора известного эссе под названием «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1937 г.). Есть у него и другое эссе, посвященное собственно фотографии, а точнее – её истории. Однако нельзя сказать, что В. Беньямина интересовала фотография как отдельный культурологический или эстетический феномен, часто он рассматривал её в одном ряду с кинематографом и непременно в контексте с другими видами традиционных искусств. Главным предметом исследований В. Беньямина было влияние технических средств воспроизводимости на искусство, одним из которых выступала, конечно, фотография. Тем не менее, своими работами В. Беньямин ввел в научный оборот такие понятия, как «техническое репродуцирование», «подлинность произведения», «аура», «визуально-бессознательное» и другие, которые впоследствии активно использовались другими исследователями фотографии.

Воспринимая фотографию, прежде всего, как техническое средство, В. Беньямин отмечает и творческие функции, которые заложены в его использовании. В частности, он обращает внимание на тот факт, что объектив фотоаппарата, меняя свое пространственное положение, видит визуальные аспекты окружающего мира иначе, чем человеческий глаз. К этому следует добавить возможности фотографии, связанные с использованием крупного и сверхкрупного плана, а также скоростную съемку, производящую изображения, недоступные обычному глазу. Вопросы природы и сущности фотографии В. Беньямин специально не исследовал, тем не менее из контекста его размышлений понятно, что фотография – это важнейшее средство репродуцирования искусства и приближения его к народу, то есть превращение его в массовое явление.

В отличие от В. Беньямина А. Базен полностью посвятил свою статью анализу фото-

графии, впервые используя при этом онтологический подход. А. Базен разделил онтологию (бытие) фотографического образа и онтологию реальных предметов. Бытие реальности для него неразрывно связано с процессом длительности, тогда как бытие фотографического изображения этой длительности лишено, предметы, изображенные на нем, остановлены во времени. Эффект фотографии, с точки зрения А. Базена, заключается в том, что она воздействует на нас не только онтологией самих предметов, но и онтологией самого изображения, остановившего движение жизни.

Фотографическая репрезентация, в отличие от других изобразительных систем, обладает важнейшим природным качеством – объективностью или документальной достоверностью. А. Базен писал: «Фотография заставляет реальность перетекать с предмета на его репродукцию» [2, с. 3–4]. Благодаря этому качеству фотография способна выполнять различные социокультурные функции. Таким образом, фотография, по А. Базену, есть объективное отображение реальных предметов, утративших на фотографическом изображении временную длительность, то есть застывших во времени изображений, которые могут нести в себе историко-мемориальную, познавательную и эстетическую ценность.

В этой трактовке фотографии А. Базен обращает на себя внимание два аспекта, определяющие её природу: 1) способность мумифицировать время; 2) документальная достоверность. Необходимо также отметить, что в размышлениях А. Базена о фотографии онтология фотографа не обозначается.

Когда в 50-е годы XX столетия искусство фоторепортажа заявило о себе в полной мере, прежде всего через творчество А. Картье-Брессона, появилось его эссе «Решающий момент». Это не столько теоретическое исследование, сколько совокупность пронизательных наблюдений гениального мастера о предназначении фотографии. Естественно, что его наблюдения основаны, главным образом, на использовании репортажной методологии в фотографии.

Если обобщить высказывания А. Картье-Брессона, то природной особенностью фотографии он считал визуальное познание и отображение фактов реальной жизни, которые раскрывают перед нами свои смысловые оттенки и выразительные формы на короткое мгновение. Эти мгновения фотографу необходимо поймать и зафиксировать, но осуществить данный акт возможно только опираясь на свою интуицию и «меткий» глаз. Последнее означает, что А. Картье-Брессон особое значение придавал выразительной форме фотообраза. Для него фотографическое отражение действительности непременно должно осуществляться по законам красоты, то есть быть инструментом интерпретации мира в его эстетическом измерении. Тем самым А. Картье-Брессон утверждал художественно-выразительные возможности документальной фотографии, хотя искусством её не считал. Он дополнил теоретические воззрения на фотографию тем, что обозначил в ней не только временную, но и пространственно-визуальную (эстетическую) значимость фотографических образов.

Свой особый вклад в развитие теории фотографии внес известный немецкий исследователь З. Кракауэр. Он один из первых ввел в научный оборот понятие «фотографическое». Фотографическое для него – это сущностная основа бытия фотографического способа отображения действительности. Фотографическое у З. Кракауэра предстает в трех аспектах: 1) применительно к материалу фотографии (реальной действительности); 2) применительно её природным склонностям; 3) в отношении особой привлекательности фотографических снимков. Причем все характеристики фотографического тесно связаны друг с другом и как бы продолжают одна другую.

Чтобы фотографическое творчество соответствовало своей сущности, по словам З. Кракауэра, необходимо, чтобы фотограф был устремлен к раскрытию содержания материала, но не к его авторской трактовке (интерпретации). Фотограф не просто копирует натуру, а преобразует ее, используя для этого,



прежде всего, отбор. Отбор включает в себя тематизацию материала, определение границ кадра, подбор оптики (объектива) и светочувствительного материала. В этом и состоит формотворческий подход фотографа к отображению реалистической натуры. Фотографу важно найти нужное соотношение между формотворческими устремлениями и верности реализму. В этом ему должно помогать соответствующее психологическое состояние, именуемое меланхолическим. Меланхолия или печаль способствует самоотстранению фотографа, то есть отождествлению его внутреннего мироощущения с внешними объектами любого характера. В данном подходе фотограф должен спонтанно исследовать реальность, а не использовать ее согласно предварительно сформированному замыслу для выражения своего видения.

Фотографическое у З. Кракауэра находит свое выражение не только в подходах к отображению реальности как процессу, но и в его результате – снимке. Снимок, ориентированный на показ живой действительности, по своей природе не может не тяготеть к запечатлению случайного, неожиданного, рождающего у зрителя впечатление незавершенности происходящего, что, в свою очередь, придает снимку ощущение смысловой неопределенности. Особая ценность подобного рода снимков заключается в том, что они являются для нас, с одной стороны, источником памяти, а с другой – источником красоты, выраженной в познании окружающего мира.

С точки зрения З. Кракауэра, фотографическое не связано с искусством в традиционном его понимании. Последнее создает воображаемые миры, тогда как фотография, отображая условно реальность, извлекает из неё образы, имеющие для нас познавательное и эстетическое значение.

Обобщая воззрения Кракауэра, можно попытаться сформулировать определение фотографии, обозначив её сущностные моменты. Фотография для него – это реалистичное, спонтанное отображение натуры, допускающее минимальное формотворчество, которое

приводит к запечатлению случайного в кадре, что рождает у зрителя впечатление незавершенности происходящего и служит источником памяти и красоты.

Дискуссионным моментом в теории З. Кракауэра является отсутствие критериев или грани, разделяющей формотворческие устремления фотографа и его верность реализму, особенно на уровне конкретного фотографического снимка. Как отобразить на фотографии реальный материал, опираясь лишь на «отбор», не искажая и не видоизменяя его, где та мера, которая не позволит свершиться той самой авторской интерпретации? Что считать случайным, а что не случайным на фотоснимке? З. Кракауэр не дает ответы на эти вопросы.

Обращаясь к следующей теоретической работе «Фотография и её предназначение» Д. Бёрджера, которая была написана в конце 60-х – начале 70-х годов XX столетия, следует констатировать, что в ней по-своему интерпретируются уже известные суждения тех или иных теоретиков. В частности, он определяет фотографию как «автоматическое письмо», использующее реальность как событие, чтобы объяснить, как оно было запечатлено. Фотографический снимок – это результат игры со временем, а не с видимой формой. Предназначение и сила фотографии, по мысли Д. Бёрджера, заключается в том, чтобы через запечатление видимого события обнажить в нем невидимое и потаенное.

В представленных утверждениях Д. Бёрджера можно найти связь с идеями А. Базена о мумификации времени в фотографии, с размышлениями З. Кракауэра о бесстрастности фотографического творчества и отчасти с высказываниями А. Картье-Брессона о «решающем моменте».

Аналогичным образом можно позиционировать и эссе Р. Арнхейма «О природе фотографии» (1974 г.), для которого не характерно наличие принципиально новаторских идей. Фотографию Р. Арнхейм трактует как место встречи физической реальности с творческим разумом человека. Её назна-



чение – помогать индивидам и обществу изучать себя, расширять и сохранять свой опыт. При этом фотограф отбирает формы реальной жизни, интерпретирует и частично изменяет их для обмена с другими. Для Р. Арнхейма, как и для предыдущих авторов, фотография – это тоже не искусство, хотя он и не отвергает выразительность её формы. Фотография в интерпретации Р. Арнхейма – это средство познания мира.

Подобную позицию в отношении фотографии занимала и С. Сонтаг, написавшая в период с 1973 по 1977 годы серию очерков, объединенных в сборник «О фотографии». Природа фотографии для С. Сонтаг заключается, с одной стороны, в её сюрреалистичности, а с другой – в эстетичности. Главный эффект фотографии или ее суть состоит в присвоении изображений реальности, в их накоплении и переработке для последующей оценки (в том числе, художественной). Задача фотографа – раскрыть, обнажить реальность, демонстрируя неопределенный тип связи между собой и миром (иногда агрессивный, иногда благожелательный). По мнению С. Сонтаг, «фотографический реализм не сводится к простому подобию и может означать не то, что «реально» есть там, а то, что я «реально» воспринимаю» [10, с. 159]. Природа фотографии такова, что позволяет ощутить и присутствие реальности на снимке, и в тоже время воспринимать его как символ отсутствия реальности (псевдоприсутствие). Фотография способна рождать художественные произведения, но она не вид искусства, а среда, в которой они возникают. Тем самым фотография расширяет представления о функционировании традиционного искусства.

Свой вклад в осмысление проблемы отображения реальности средствами фотографии внёс другой известный её теоретик Р. Барт в своей работе «Camera lucida» (1979 г.). Для этого он ввел новые понятия: студиум и пунктум. Студиум на фотографии отображает общекультурные значения окружающего мира, которые понятны и интересны разным людям. Студиум позволяет наладить контакт зрителя

с автором, который может наделять фотографии следующими функциями: информировать с их помощью, заставить зрителя врасплох, означивать (то есть наделять обычное изображение вещи необычным значением), вызывать желания (реклама) и пр. Пунктум, напротив, представляет собой личностное отношение к неочевидным деталям изображения, которые ранят и возбуждают чувственную сферу зрителя, вызывают воспоминания и эмоции.

Р. Барт утверждал, что по своему походу к отображению реальности фотография всегда должна быть случайной, приключенческой. А для этого фотограф должен не столько уметь «видеть», сколько иметь способность оказаться в нужном месте в нужное время. При этом у фотографа не должно быть ясно читаемой цели, только в этом случае его фотографии становятся изумительными (впечатляющими).

Сущностью фотографии или ее ноэмой Р. Барт считает отображение того, *что было*. Иначе говоря, фотографическое для него есть результат наложения прошлого и реальности. Тем самым Р. Барт подчеркивает индексальную природу фотографии, которая становится сертификатом присутствия/отсутствия элементов реальности, становящимися визуальными образами нового типа, не существовавшими до появления фотографии. При этом важен не столько внешний облик фотографических образов, сколько их временная составляющая, несущая печать Смерти, если трактовать её как остановленное время. «Новым punctum'ом такого рода, обладающим не формой, а интенсивностью, является Время, душераздирающий пафос ноэмы «это было», ее репрезентация в чистом виде» [3, с. 168]. В этом и состоит безумие фотографии. На этом основании Р. Барт не считает фотографию искусством, потому что оно не может быть безумным, то есть фиксировать одновременно отсутствие и присутствие объекта, его жизнь и смерть! Фотография может быть искусством, если предать забвению её ноэму, благодаря которой Время обращает для нас (зрителей) ход вещей вспять.

В размышлениях Р. Барта о фотографии достаточно много новаторских идей и трак-



товок. Например, он акцентирует внимание на индексальной природе фотографии, подчеркивает её двойственную феноменальность (это было, и этого нет), отмечает особенности творческого процесса (приключение); правда, в последнем случае он больше солидаризируется с уже известными воззрениями З. Кракауэра и А. Картье-Брессона.

Философскую трактовку бытия фотографического медиума даёт в своей книге «За философию фотографии» (1983 г.) В. Флюссер. Для него фотография – это не окно в мир, а технические образы, представляющие собой поверхности, которые всё видимое переводят в положения вещей. В свою очередь положения вещей на поверхности являются текстом, при восприятии которого у человека возникают образы второй степени, воздействующие магически.

Действия фотографа заключаются в игре с программой, заложенной в фотоаппарате. Его интересует не действительность как таковая, а новые возможности создания информации и использования фотопрограммы. Осуществляя данную игру, фотограф производит определенные жесты фотографирования, манипулируя при этом пространственно-временными «регионами» или формами, чтобы создать не существующее прежде положение вещей. Фотожест по сути является движением преследования, его структура квантовая, которая включает в себя моменты промедлений и решимостей. Отсюда для В. Флюссера не существует единого «решающего момента», поскольку он неизбежно оказывается раздробленным на этапы.

Фотография, с точки зрения В. Флюссера, есть результат борьбы и сотрудничества фотографа с фотоаппаратом. Соответственно, лучшей фотографией может считаться фотография, в которой фотограф сумел подчинить фотографическую программу своей цели, то есть замыслу. Конечное значение фотографий определяется коммуникативными каналами, для которых они создаются. Фотографии угнетают наше критическое сознание, программируя на ритуальное поведение.

Фотографический универсум для В. Флюссера – это не что иное, как сущность фотографическая, которая заключается в том, чтобы программировать общество на магическое поведение, стимулирующее комбинаторную игру. Это магическое поведение происходит автоматически в процессе восприятия избразительных поверхностей, каждая из которых означает элемент аппаратной программы. Многие фотографы борются с этим автоматическим программированием, пытаются создать информационные образы, не заложенные в аппаратной программе.

В работе В. Флюссера также можно найти связи его идей с идеями предыдущих авторов. Например, его трактовка действия фотографа как игры коррелирует с утверждением Д. Бёрджера о том, что фотоснимок является результатом игры с реальным временем. Отличие позиции В. Флюссера состоит в том, что у него это игра не с временной составляющей реальности, а игра с фотографической программой, заложенной производителями технических средств. Также В. Флюссер в некотором смысле полемизирует с А. Картье-Брессоном, полагая, что не существует единого «решающего момента», а лишь их множественность.

Следующей значительной работой в сфере теории фотографии является исследование Р. Краусс «Фотографическое: опыт теории расхождений» (1990 г.). «Эффект фотографии», по мнению Р. Краусс, заключается в расколе, разрыве реальности, который приводит к её удвоению в виде копии. В копии, в которой индексальный знак несет в себе форму его представления, реальность одновременно и присутствует, и отсутствует. В результате фотографической репрезентации возникает визуальный образ, пронизанный определенной структурой, кодом, письмом, то есть текстом. Это обстоятельство дает основание Р. Краусс говорить о сюрреалистической природе фотографии, в которой понятия Чудесного и судорожной Красоты являются ключевыми. Для этого используются такие механизмы, как мимикрия, прерванное движение, опора на объективную случайность, благодаря



которым формируется искусственность как гарант сюрреалистичности. С точки зрения Р. Краусс, фотографический дискурс не может автоматически обеспечить ему возникновение эстетически выразительных образов и статус самостоятельного вида искусств. Рассуждения Р. Краусс во многом исходят из представлений о фотографии, которые были сформулированы Р. Бартом. Вместе они утверждают индексальную природу фотографии, отмечают одновременное присутствие и отсутствие реальности в фотографическом образе, то есть его сюрреалистичность. Однако Р. Краусс уточняет, углубляет и расширяет анализ сюрреалистичности фотографии, которую до неё рассматривала также С. Сонга. О сущности фотографии Краусс не говорит вообще, потому что считает онтологический подход внеисторическим и не продуктивным для понимания фотографического медиума.

Также решительно выступает против онтологического подхода и А. Руйе, автор фундаментальной работы «Фотография: между документом и современным искусством» (начало XX века). По его мнению, при таком подходе анализ фотографии сводится в основном к выявлению функционирования фотографической техники, к её способности оставлять световой след на плоскости, к автоматической регистрации видимого. Более продуктивным при изучении фотографии А. Руйе считает использование принципа историзма, который основывается на осмыслении множественности фотографических практик, способов функционирования фотографических форм, обособляющихся фотографических территорий или сфер. Для А. Руйе не существует единой фотографии, воплощающей определенную сущность. Он старается вывести исследовательскую парадигму в иную плоскость, освобождающую её от традиционных представлений об объективности, сходстве, прозрачности, механизме, документальности фотографии. А. Руйе предлагает обратить внимание на такие понятия, как *выражение*, *письмо*, *фотография фотографов* (фотография-документ), *искусство фотографов* (фотография-выражение), *фотография ху-*

джников (искусство-фотография) и так далее. Именно дифференцированный и контекстный анализ, по его мнению, может дать плодотворный теоретический результат. А. Руйе констатирует, что между фотографией-документом и фотографией-выражением нет четкой границы. Здесь мы можем наблюдать плавные переходы, тогда как между искусством-фотографией и фотографией-выражением наблюдается довольно резкое разграничение.

Фотография-документ всегда противостояла выразительному изображению, его стилистическому решению и авторской субъективности. Данной фотографии присущ определенный режим истины, который предполагает прямое запечатление действительности. В отличие от фотографии-документа, фотография-выражение в этом смысле имеет опосредованный авторской субъективностью характер. Они различаются не качественно, а количественно, то есть документальное фотографирование глобально превышает количество практик авторского фотографического самовыражения.

Что же касается отношений фотографии-выражения и искусства-фотографии, то, с точки зрения А. Руйе, они кардинально различаются, прежде всего, по своим базисным принципам, территориям и деятелям. Называя фотографию-выражение искусством фотографов, А. Руйе четко определяет зону ее функционирования – это «поле фотографии» [9, с. 14]. Искусство-фотография позиционирует себя в другом поле – «поле искусства». Подчеркнем: оба эти поля практически не пересекаются.

Искусство-фотография является результатом полного слияния фотографии с искусством. Это в принципе «другое искусство в искусстве» или как его называют «современное искусство». Для искусства-фотографии характерна утрата ремесла художника и дематериализация произведений как предметов, которые уже не созданы для эстетического созерцания, а предназначены для художественного высказывания без определенных материальных форм.

В каких бы модальностях мы ни рассматривали фотографию, она всегда при этом имела



отношение к «запредельному». Запредельное у А. Руйе – это не сущность фотографии, а одно из её природных качеств. Он трактует запредельное как воображаемое место (виртуальный мир), куда погружается зритель фотографии, оставаясь при этом в конкретном месте пребывания, то есть и здесь, и там одновременно.

Фотографическая запредельность постоянно развивается вместе с тремя основными формами фотографии. В сфере фотографии как документа это выражается в том, что запредельное в настоящее время тяготеет к поиску необычного и экстремального, демонстрируя свою вездесущность. В пространстве фотографии-выражения также создается новый тип запредельного, в рамках которого привычное предстает странным, отчетливое размытым с помощью как новых, так и архаичных фотопроцессов. В области искусства-фотографии запредельное выражается в новых отношениях с видимым, которое должно захватывать и невидимые силы – энергетические потоки, чувствования и проблемы. В данном случае мы имеем дело с таким типом запредельного, в котором с наибольшей силой разворачивается виртуальный мир, ранее скрытый и молчаливый. Приход цифровых технологий в фотографию еще более углубил кризис её документальной природы, изменив кардинально соответствующий ей режим истины.

Для того чтобы более наглядно представить эволюцию воззрений зарубежных исследователей на природу и сущность фотографии, то есть её онтологию, целесообразно, на наш взгляд, свести эти высказывания в единую таблицу (что мы и сделали). Однако воспроизвести данную таблицу в тексте статьи мы не можем из-за её размера. Тем не менее, эта работа позволила сделать сравнительный анализ более эффективным и целенаправленным, прежде всего, потому, что онтология фотографии рассматривалась нами не вообще, а относительно бытования отдельных её элементов как деятельностно-творческой системы. При этом было выделено пять таких элементов: субъект фотографирования (онтология фотографа); объект фотографирования (онтология реальности); процесс фотографи-

рования (онтология репрезентации); результат фотографирования (онтология произведения); зрительское освоение фотографии (онтология зрителя). Дифференцированное изучение природы и сущности фотографии позволило более четко проследить взаимосвязь научных идей различных авторов, их общность и специфичность, а также – развитие и смысловое обогащение.

Мысль о том, что *фотограф* играет активную роль в процессе съемки, один из первых отметил З. Кракауэр. При этом он обозначил и главный механизм фотографического преобразования природы – отбор. Используя его, фотограф осуществляет кадрировку объектов, приближается к ним, или удаляется от них, определяет момент временной фиксации. З. Кракауэр выступал за такую активность фотографа, при которой его влияние на образ действительности является минимальным. В свою очередь Р. Арнхейм, также подчеркивающий интерпретационный момент в деятельности фотографа, обозначает её цель – обеспечить коммуникацию со зрителем. С. Сонтаг видит задачу фотографа в том, чтобы раскрывать реальность для зрителя. Однако раскрыть реальность не значит интерпретировать её слишком явно, имея заранее сформулированную цель, – так полагал Р. Барт. В несколько иную плоскость переводит суждения о фотографе В. Флюссер, считая, что интерпретация реальности есть игра с программой фотоаппарата. Еще один нюанс в осмыслении роли фотографа вносит Р. Краусс, утверждая, что он не может автоматически обеспечивать возникновения эстетически выразительных образов. В конечном итоге перед нами возникает определенное представление о фотографе как субъекте фотографической деятельности, если не считать сферу современного искусства, где он выступает не как интерпретатор, а как художник, использующий фотографию в качестве материала.

Говоря о *бытии реальности* в фотографии, следует отметить, что исследователи сразу уловили особенность её существования как визуального образа. Эта особенность заключается в том, что реальность на фотоизображении лишена временной длительности, то есть



это образ статичный (А. Базен). В дальнейшем С. Сонтаг назовет его псевдореальностью, которая отбрасывает нас (зрителей) в прошлое. Именно данный аспект фотографической реальности подчеркивал и Р. Барт, считая, что в ней сошлись воедино Жизнь и Смерть. Р. Краусс, обращаясь к этой проблеме, тоже повторяет мысль об одновременном присутствии и отсутствии реальности на снимке. Таким образом, аналитика онтологии реальности в фотографии позволяет сделать вывод о том, что фотографическая реальность – это сверхреальность, то есть сюрреализм.

Характеристика онтологических аспектов процесса *фотографической репрезентации* начиналась с простого утверждения В. Беньямина о том, что фотография есть техническое средство репродуцирования видимых форм. Впоследствии А. Базен к данной характеристике добавил: это средство, обладающее объективностью и документальной достоверностью. А. Картье-Брессон подчеркнул при этом познавательные возможности фотографической репрезентации, осуществляющейся, с его точки зрения, по законам красоты. Однако познавательное начало репрезентации должно быть сопряжено со спонтанными действиями (З. Кракауэр). В этой заочной дискуссии участвовал и Д. Берджер, который для обозначения фотографической репрезентации использовал понятие «автоматическое письмо», акцентировав тем самым не только спонтанный, но и бессознательно-интуитивный её характер. Сущностной чертой, определяющей цель фотографической репрезентации, является, по словам С. Сонтаг, её способность присваивать, копировать и перерабатывать фотоизображения. Причем в этом процессе решающую роль призвана обеспечить фотографическая техника (машина), продуцирующая технические образы (В. Флюссер). В свою очередь техническая основа фотографической репрезентации неразрывно связывает её со знаковостью фотоизображения, прежде всего, индексальной. В итоге коллективная рефлексия бытия фотографической репрезентации подводит нас к осознанию её сложности и многомерности.

Исследование сущностных основ бытия *фотографического произведения* оказалось не столь продуктивным, как могло бы быть. Здесь стоит выделить две наиболее значимые идеи. Первая принадлежала Р. Барту и заключалась в том, что изображение на фотографии содержит образы вещей, предметов, имеющих общее значение для всех (студиум), а также неочевидные детали, апеллирующие к индивидуальному опыту зрителей (пунктум). Суть второй идеи состояла в том, что фотографическое изображение представляет собой текст. В одном случае – это текст второй степени, содержащий положения вещей (В. Флюссер). В другом случае – это текст, пронизанный структурой, кодом, письмом (Р. Краусс). К этим идеям можно добавить мысль Р. Арнхейма о фотографиях, содержащих неопределенные образы, что существенно ослабляет их коммуникацию со зрителем. В целом степень осмысления различных признаков бытования фотографического произведения стимулирует исследователей к дальнейшей рефлексии в этом направлении.

И наконец, последний аспект бытования фотографии – это *зрительское* освоение фотографической продукции. В данной проблематике на первый план выходит идея о том, что зритель с помощью фотографии должен изучать мир, обогащать свой жизненный опыт, то есть выступать субъектом познания (Р. Арнхейм, Д. Берджер). Однако это не единственная потребность зрителя фотографического контента. Не менее важно для него испытывать и эстетическое удовольствие от созерцания художественно-выразительных фотообразов (А. Картье-Брессон). Реализуя обозначенные функции, фотография программирует общество в целом на магическое поведение. Иначе говоря, она формирует у людей иллюзорное представление, что в процессе восприятия фотоизображений они имеют дело с реальностью, тогда как на самом деле это технические образы (В. Флюссер). Заканчивая обзор рефлексий на данную тему, обозначим также и мысль А. Руйе о том, что любая фотография отсылает зрителя к «запредельному», то есть в воображаемое для него место.



Обобщая и суммируя большинство воззрений зарубежных теоретиков фотографии, необходимо констатировать, что человеческое общество, культура в «лице» фотографии столкнулась с уникальным явлением, способным легко и быстро переносить видимые формы реальности на светочувствительную плоскость, превращая их в статичные изображения. До фотографии это было возможно только с помощью ручного профессионального труда, создававшего условно-субъективные изображения в течение достаточно продолжительного времени. С появлением фотографии в процесс репрезентации реальности вклинилась техника или «машина», которая, как полагали вначале, делает это абсолютно объективно, бесстрастно, максимально реалистично, то есть документально. Об этом было заявлено практически во всех исследованиях, обозначенных выше.

Вместе с тем, как отметили ряд исследователей, документальная объективность фотографического образа относительна. Очевидно, что реальность как бы «перетекает» в изображение, но это не значит, что происходящее осуществляется без участия фотографа. Его видение, так или иначе, отражается на фотоснимке через отбор фрагментов реальности, через приближение или удаление от них и что очень важно – через остановку времени. Запечатленная в изображении неподвижная реальность воспринимается зрителями двояко: это вроде бы образ реальности, существующий (присутствующий) здесь и сейчас, и в тоже время – это образ отсутствующей реальности (того, что было). То есть мы имеем дело с дуальностью фотографии, составляющей её сущностную черту и природное качество.

Рефлексия онтологии фотографических снимков теоретиками фотографии позволяет утвердиться в мысли, что в них заключена определенная магия: с одной стороны, они представляют так называемые «прозрачные» изображения, то есть абсолютно реалистичные картинки, обладающие денотативным значением; с другой стороны, – способны передавать коннотативные значения, идущие как от субъекта съемки, так и от самих зрителей. Именно таким образом

возникает информационно-коммуникативная и эстетическая составляющая фотообраза.

Обращаясь к онтологии репрезентации в фотографии, некоторые исследователи считают её важнейшим природным признаком манипуляции (игрой) со временем. Другие теоретики полагают, что в фотографии не менее важно опираться на пространственное положение вещей, также обеспечивающее выразительность визуальной формы изображения. Если обратиться к реальной фотографической практике, то оба эти подхода успешно осуществляются в ней. При этом необходимо отметить, что большинство исследователей не считают фотографию самостоятельным видом искусства, хотя и не умаляют её эстетический потенциал.

Важным утверждением, позволяющим расширить понимание природы бытования фотографии в обществе, является тезис о том, что практически любая фотография может обозначить своё функциональное значение в зависимости от того контекста, в который она оказывается погружена – политический, научный, рекламный, журналистский, художественно-эстетический и так далее. Данная полифункциональность мешает, на наш взгляд, однозначно позиционировать её самость как вида искусства. Если признать фотографию таковой, то следует согласиться и с тем, что границы искусства расширились, ибо оно обогатилось каким-то «другим» искусством, принципиально отличающимся от уже существующих видов.

Именно представление о «другом» искусстве или «искусстве-фотографии» закрепляет существенное изменение, произошедшее в теоретической рефлексии фотографии в целом. С позиции современных исследователей становится вполне очевидным тот факт, что существует особое поле фотографии, в рамках которого функционируют фотография-документ (фотография фотографов) и фотография-выражение (искусство фотографов). Это поле фотографии не пересекается с полем искусства, где доминируют художники, использующие фотографию



в своих проектах (искусство-фотография). Это направление обозначается как «современное искусство», где господствуют совершенно другие подходы, принципы, критерии и понятия, которые «снимают» актуальность вопросов о природе и сущности фотографии и намечают тем самым новые возможности исследования фотографического дискурса.

В связи с вышесказанным, мы можем сделать два основных вывода:

1. Возможности онтологического подхода при изучении такого явления, как фотография, далеко не исчерпаны. Поиск западными теоретиками сущностных основ бытия фотографии открыл для нас много нового и интересного в её понимании. Очевидно, что следующее поколение исследователей, опираясь на существующие достижения, будет привносить в этот процесс что-то своё, ранее не известное и актуальное для нас.

2. Любая научная методология далеко не безгранична в своих познавательных возможностях. В рамках онтологического подхода фотография рассматривается как вневременное статичное явление, существующее вне социального и культурного контекста, познавательный импульс которого при этом направлен на выявление глубинных основ бытия фотографии вообще. Если же исследовать конкретные проявления фотографии, её «живую ткань», пульсирующую в конкретно-исторических условиях, то есть в динамике, то мы получим иную картину существования фотографии как явления. На наш взгляд, оба эти подхода – онтологический и культурно-исторический (историко-генетический) – дополняют друг друга и создают более полное представление о феномене фотографии.

Список литературы

1. Арнхейм Р. Новые очерки по психологии искусства. Москва: Прометей, 1994. 352 с.
2. Базен А. Что такое кино? Сборник статей. Москва: Искусство, 1972. 384 с.
3. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2011. 272 с.
4. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Москва: Медиум, 1996. 140 с.
5. Бёрджер Д. Фотография и её предназначение [эссе]. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2014. 240 с.
6. Картье-Брессон А. Воображаемая реальность. Эссе. Санкт-Петербург: Либус Пресс, Издательство К. Тублина, 2015. 128 с.
7. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. Москва: Искусство, 1974. 235 с.
8. Краусс Р. Фотографическое: опыт теории расхождений. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2014. 304 с.
9. Руье А. Фотография. Между документом и современным искусством. Санкт-Петербург: Клаудберри, 2014. 712 с.
10. Сонтаг С. О фотографии. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2013. 272 с.
11. Флюссер В. За философию фотографии. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2008. 146 с.

*

Поступила в редакцию 22.06.2024



МАСКОТ МЕЖДУ РЕАЛЬНЫМ И ЦИФРОВЫМ МИРОМ

УДК 130.2 + 316.77

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-27-34>

А. В. Марков

Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: markovius@gmail.com

О. А. Штайн

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург, Российская Федерация,
e-mail: shtaynshstayn@gmail.com

Аннотация. В статье доказывается, что эволюция маскота (талисмана) создает условия для диалога между участниками реальных праздников и адептами цифрового мира. Сопоставляются маскот и маска следующим образом: если маска предъясвляет социальную роль человека или структурирует частные желания как легальные в социальной сфере, то маскот создает обобщенный образ социального прогресса. Исторически маскот связан с образом домашнего божества, гения, переосмысленного как покровитель прогресса. С опорой на идеи Жоржа Батая, Ролана Барта и других теоретиков образности маскотов выделяются идеи солнечности и жертвы, интерпретируются причины антропоморфизма маскотов. Выделяются этапы развития маскота как явления культуры, вычленяются моменты перехода маскота и в виртуальную среду. Основным вместилищем маскота в виртуальной среде оказывается мобильное устройство, маскот становится его гением. Маскот способствует новой картографии мира. Исходя из идей Поля Пресьядо о картографии желания в современном мире как основе общества потребления, мы говорим о различных картографиях, создаваемых присутствием маскота. В конце статьи даются конкретные рекомендации по разработке маскотов с целью устойчивого развития общества.

Ключевые слова: маскот, маска, общество потребления, цифровая среда, виртуальная реальность, философия куклы.

Для цитирования: Марков А. В., Штайн О. А. Маскот между реальным и цифровым миром // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 27–34. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-27-34>

МАРКОВ АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ – доктор филологических наук, профессор кафедры кино и современного искусства, Российский государственный гуманитарный университет

ШТАЙН ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНА – кандидат философских наук, доцент кафедры истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры; доцент кафедры социальной философии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

MARKOV ALEXANDER VIKTOROVICH – DSc in Philology, Professor at the Department of Cinema and Contemporary Art, Russian State University for the Humanities

SHTAYN OKSANA ALEKSANDROVNA – CSc in Philosophy, Associate Professor at the Department of History of Philosophy, Philosophical Anthropology, Aesthetics and Theory of Culture; Associate Professor at the Department of Social Philosophy, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

© Марков А. В., Штайн О. А., 2024



A MASCOT BETWEEN THE REAL AND THE DIGITAL WORLD

Alexander V. Markov

Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: markovius@gmail.com

Oksana A. Shtayn

Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russian Federation,
e-mail: shtaynshtayn@gmail.com

Abstract. The article proves that the evolution of the mascot sets the stage for a dialog between participants of practical festivals and adherents of the digital world. The mascot and the mask are compared – while the mask presents the social role of a person or structures private desires as legitimate in the social sphere, the mascot generates a generalized image of social progress. Historically, the mascot is linked to the image of the domestic deity, the genius, reinterpreted as the patron saint of progress. Based on the ideas of Georges Bataille, Roland Barthes and other theorists, the ideas of sunniness and sacrifice are emphasized in the imagery of mascots, and the reasons for the anthropomorphism of mascots are explained. The stages of development of the mascot as a cultural phenomenon are emphasized, and the moments of the mascot's transition to the virtual environment are singled out. The main receptacle of the mascot in the virtual environment is a mobile device, the mascot becomes its genius. The mascot contributes to a new cartography of the world – based on Paul B. Preciado's ideas about the cartography of desire in the present world as the core of the consumer society, we talk about the different cartographies engendered by the presence of the mascot. The article concludes with some specific suggestions for the elaboration of mascots with the aim of sustainable development of society.

Keywords: mascot, mask, consumer society, digital environment, virtual reality, philosophy of the puppet.

For citation: Markov A. V., Shtayn O. A. A mascot between the real and the digital world. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 27–34. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-27-34>

Введение: маска и маскот

Слово маскот (mascot, mascotte) – уменьшительная форма от слова masco, бывшего, например, в старом окситанском и некоторых других романских языках, – ведовство, колдовство. Это слово имеет и женский род masca, maschera – изначально призрак, нечто непонятное и завораживающее. Средневековое латинское mascus могло означать и привидение, и колдовство, что-то такое, вторгающееся в наш мир. В какой-то момент masco слилось с арабским maskharah (*шут*; мы знаем это слово в русской форме «маскарад»), и отсюда привычная нам карнавальная маска. Тогда как слово маскот – это искусственное образование для небольшой забавы, малого колдовства, то есть талисман. Часто слово «маскот» и переводят как «талисман» – олим-

пийский талисман. Но тем не менее, маскот обладает рядом свойств, которыми не обладает талисман.

Основное различие между маскотом и талисманом – это направленность. Талисман стремится стать схематичным и часто представлен нулевой формой, в семиотическом смысле: скажем, часы бабушки или пятак, положенный в ботинок, становятся талисманом. Тогда как маскот, наоборот, это всегда дизайнерски разработанный образ, со множеством деталей, подробностей и особой привлекательностью. Так, маскотами университетов выступают реальные или фантастические животные. Маскот Лондонской школы экономики – бобёр, маскот Йельского университета – бульдог по кличке Дэн, маскот НИУ ВШЭ – воронёнок (хотя обычно его называют



вороной), маскот РГГУ – грифон Гриша. Имя маскота – первый шаг к его антропоморфизации.

Мы можем предварительно выделить следующие различия между маской и маскотом.

Маска не масштабируется – она закрывает лицо, и не может быть уменьшена или увеличена. Возможна маска маски, например, маленькая сувенирная маска или украшение в виде маски. А вот маскот маскота невозможен, маскот может масштабироваться, часто он бывает и ростовой куклой, и карнавальная куклой огромного роста.

Маска всегда индивидуальна, и даже если множество людей выступает в одинаковых масках (маски Гая Фокса), это выступление индивидуалистически окрашено. Сл. Жижек [1, с. 329] приводит в пример аргентинское выступление 2001 года против правительства и непосредственно министра экономики Кавалло. Когда толпа окружила здание, Кавалло сбежал в маску самого себя и был не замечен. Ф. Ницше в «Посмертных афоризмах» (афоризм 493) писал: «Лучшая маска, которую только мы можем надеть, это наше собственное лицо» [4, с. 406]. Двойное лицо, лицо лица или маска маски, взывает к неожиданному недоумению, которое чувственно индивидуально. Тогда как маскот имеет в виду то, что И. Чубаров удачно назвал «коллективной чувственностью» [6]: совместное участие в мероприятиях, например, карнавальных шествиях, как способ ограничить индивидуальную чувственность в пользу общего переживания.

Разница маски и маскота в том, что маска взывает к разоблачению, а маскот нет. Ценность маскота – в сохранении данного образа в нетронутой целостности. За маскот не заглядывают, какая поверхность там. В нем не видят изнанки, он полностью предъявлен как олицетворение, как лицо, не имеющее швов. При этом он может вполне считываться как чужое лицо, и в этом смысле может представлять другого [8], но только в случае признания другого как несомненной ценности.

И маска, и маскот являются образами образа. Но в маске я сам конструирую образ себя и его границы, поэтому результат не обладает убедительностью, в нем всегда есть швы несоответствия замысла и воплощения. Я внутренне включен и не вижу целостного образа, я не могу вырваться за пределы *изображения* себя, так как не перестану «переживать себя изнутри и с изнанки» [7, с. 81]. Эту изнанку можно проиллюстрировать словами Ф. Понжа о творчестве Лотреамона как предвестии сюрреализма: «Откройте Лотреамона! – и вся литература вывернется наизнанку, словно зонтик! Закройте Лотреамона! – и все немедленно вернется на свое место» [3, с. 442]. Вывернутая наизнанку, словно «зонтик Лотреамона», маска лишается демаркационной линии, но иначе топографирует и движет весь мир, создает ситуацию *модерна*, в то время, как маскот оборонительной линией обернут (обернут обороной), поскольку его лепили и творили, внутренне не включаясь.

В маске ты зародыш самого себя: и зародыш, и плацента. Модерн, современность и есть рост этого зародыша. Маскот творится повитухами и защищен от разоблачения, как защищен от разлома. Маскот дан извне, как символ и талисман, хранящий эпоху своей целостностью. Маскот требует особой самоидентификации, обретение потребителем его своей целостности и предполагаемой устойчивости своего тела [10]. Его хранят и передают в целостности, иначе он бы лишился своего собственного смысла. Полярный мишка известной советской кондитерской Санкт-Петербурга (ранее Ленинграда) бережно передается и транслируется в постсоветское время.

Такое определение маскота ставит проблему: если маскот коллективен и в чем-то тотален, то не посягает ли он на нашу индивидуальность? Не становится ли он инструментом общества потребления, действующего уже не только в реальной, но и в цифровой среде? Мы настаиваем на том, что маскот обладает критическим потенциалом, и его нельзя называть только проводником рекламы и потребления.



Этапы развития маскота

Фундаментальная форма маскота связана с развитием автомобилизма. Radiator mascot – это фигурка, стремительная, на капоте автомобиля. Так, у лимузина Линкольн это была худая борзая, а у легкового автомобиля марки ГАЗ – олень. У некоторых марок автомобиля были маскоты-гении, крылатые существа с человеческими лицами. В 1960-е годы нормы безопасности потребовали расстаться с этими игрушками. Радиаторный маскот обязан устройству капота автомобиля – мотор открывался подъемом кожуха сбоку, и поэтому маскот не смещался. Он был как бы малым идолом автомобиля, его стремительностью, его умением преодолеть расстояния – он всегда был на месте, не откидывался. Откидной капот стал уже закатом маскотов. Маскот должен действительно – как призрак – присутствовать перед автомобилем, а не находиться в подчинении у механического устройства автомобиля. Здесь мы уже видим некоторую критическую автономию маскота.

Другим местом маскотов стали тонкие журналы – денди Юстас Тилли в журнале «Нью-Йоркер» или Мурзилка, забавный мишка-собачка в одноименном советском детском журнале. Этот маскот идеально реализует задачи журналиста: он фланер, меткий наблюдатель, точно всё фиксирующий. Он лишен пристрастий и недочетов живых журналистов, которые иногда опаздывают и бывают сварливыми. К таким маскотам и их историям привыкают читатели журнала. И хотя в цифровую эпоху должен был наступить их упадок, потому что каждый теперь сам себе журналист, фиксирующий всё вокруг, но эти маскоты всё равно известны. Разве что они стали аватарами людей, например, Юстас Тилли способен превращаться в современного политика. Это отражает современный мир цифрового следа, новых форм шпионажа и подозрений. То есть в цифровую эпоху маскот отстаивает свою автономию в мире цифрового следа.

Следующий этап развития маскотов – рок-культура. Все мировые группы имели неожиданных, но интимно связанных с названием и концепцией группы маскотов: например, лета-

ющая свинья группы Pink Floyd или зомби группы Iron Maiden. Эти маскоты можно было масштабировать на мегашоу, делать сколь угодно большими – маскот работал как карнавальная фигура, выворачивая идею рок-группы в факт публичного ее присутствия. Рок-протест приобретал тогда социальное измерение, становясь незаменимым способом социальной организации публики. В русском роке тоже можно указать на маскоты, но не масштабируемые – очки Егора Летова, гармошка Федора Чистякова. Автономия маскота проявлялась в его умении способствовать социальной интеграции независимо от эстетических особенностей рок-группы.

Следующий этап развития маскотов – это, конечно, Олимпийские игры. Маскот не просто масштабируется здесь, он занимается разными видами спорта. При этом общая тенденция олимпийских маскотов – отход от антропоморфности, поэтому с Олимпийской идеей связан важнейший перелом: до этого маскоты тяготели к антропоморфности неумолимо. Так, на Туринских зимних играх 2006 года маскотами были Снежинка и Ледок, в Ванкувере в 2010 году – Мига и Куатчи из местных мифологий, а на парижских играх этого года играют фригийские колпаки. Здесь суть маскота в том, что факт тренировки важнее любой начальной телесной данности. В этих маскотах телесность не преобразуется, а создается минус-телесность, нулевая степень телесности, говоря семиотическим языком Ролана Барта.

Это напоминает идею «порнотопий» Поля Пресьядо [9], современного последователя Ролана Барта и Мишеля Фуко, – пространство желания: согласно Пресьядо, дом Хью Хафнера, создателя журнала «Плейбой» – это минус-бордель, это уютный дом, но мужского уюта, это не пространство топосов маскулинности, а порнотопия общего потребительского желания. Заметим, что у журнала Плейбой есть маскот, кролик в бабочке с кокетливыми ушками – как раз образ производства желания как одновременно уютного и мягкого, но и поддерживающего мужской режим престижного потребления, с бабочками и дорогими духами. Таким образом, исчезновение антропоморф-



ности – это растворение биографии в топографии, а вовсе не преобразование самого маскота. Но антропоморфизм (человечность) взгляда маскота, его гримасы, выражения лица, не становится меньше, даже если маскот совсем не похож на человека.

В Лондоне в 2012 году маскотами Олимпийских игр стали одноглазые монстры Венлок и Мандевиль – их имена отсылают к прототипу Олимпийских игр в английском Венлоке и к госпиталю Мандевиль, где состоялись первые Паралимпийские игры. Таким образом, здесь уже маскот стал чистым глазом, чистым топографом, создающим режимы тренировок и вычитающим любые другие режимы присутствия. Монструозность олимпийского маскота необходима как часть честного соперничества – в конце концов, даже наш улыбчивый Мишка работы Виктора Чижикова обрел навык летать на воздушных шариках, то есть стал чистым показом, чистой *демонстрацией*, чистым взглядом сверху на все условия состоявшихся соревнований.

Так в Олимпийском движении маскот автономизируется и от собственного тела, и от антропоморфности, но возвращает себе начальный смысл призрака, привидения, пугающего человека и поэтому человеческого в широком смысле. Такое привидение, поднявшееся над горизонтом, заставляет нас бежать, ставить рекорды, мобилизовываться и развивать другие спортивные навыки. Он не большой брат Оруэлла, но большой спортивный товарищ, требующий в том числе критически относиться к прежним рекордам.

Теория маскота

Итак, маскот может, в отличие от талисмана или маски, сколь угодно масштабироваться и занимать горизонт, подобно джину из бутылки, и быть колдовством по смыслу своего названия: он так видит весь мир и оказывается магическим элементом, благодаря которому в мире ставятся рекорды. Это присутствие трансгрессивно, потому что маскот, автономизируясь от своих свойств, выступая не как деталь механики прогресса и социаль-

ной механики, но как чистое присутствие образа, побеждает саму идею образности. Обычно образ вызывает ассоциации, тогда как маскот не может вызвать ассоциаций: бобры не учатся в университете, а медведи и выдры не занимаются спортом.

Здесь следует вспомнить идею Жоржа Батая о солнце как определенном символическом центре опыта, отождествление с которым всегда трансгрессивно, что блестяще изложил лучший специалист по Батаю А. Зыгмонт [2]. Оно не компенсирует нехватку речевыми и образными ассоциациями, а требует действия. Ведь солнце избыточно, и отношение к нему – не компенсация нехватки желания, а напротив, необходимость укротить избыточность желания. Батай приводит в пример Ван Гога, который отождествлял себя с солнцем и подсолнухом, и отрезал себе ухо, совершая символическое жертвоприношение, расставаясь с системой желания ради чистой вспышки трансгрессии. Можно упомянуть множество примеров такого участия солнца не только в нынешнем, но и в будущем жертвоприношении: это и солнечная поэзия символистов, таких как К. Бальмонт, у которого тоже был опыт частичного жертвоприношения: вдохновенный, он вышел из окна и сломал ногу; и опера «Победа над солнцем» (1913) Крученых, Матюшина и Малевича. В мультфильме Андрея Хржановского «Нос, или заговор не таких» (2020) Гоголь уезжает из родной усадьбы подсолнуховым полем, где выросли «Подсолнухи» Ван Гога, то есть уезжает на казнь, мучение на холодном и призрачном Невском проспекте, и рассказать о будущих казнях. Виктор Пелевин в романе «Путешествие в Элевсин» (2023) показывает солнечный культ Гелиогабала создает возможность конституирующего (учреждающего культуру взаимодействий) жертвоприношения не только в реальном, но и в виртуальном пространстве.

Можно вспомнить и роман Н. Носова «Незнайка на луне» (1965), где Незнайка и Пончик летят на Луну. Пончик оказывается жертвой, предметом насмешек Незнайки, но он же оказывается образом солнца, истребляющим все продукты в ракете, кристаллизующем соль



на Луне, то есть делаем все то, что делает жаркое солнце. Психоаналитический подход в классическом варианте Фрейда требовал бы различия между Незнайкой, находящимся на генитальной стадии, связанной с властью, и Пончиком, находящимся на анальной стадии, связанной с деньгами. Здесь идеи Фрейда совпадают с идеями Батая, которые развивает Пресьядо в наши дни, что мир отбросов и есть мир солнечного участия, потому что здесь нет компенсации нехватки, но только чистое извержение избыточного, чистая переполненность, образом которой являются деньги. Где мировые рекорды, там и большие деньги.

Алексей Зыгмонт точно пишет: «Итак, солнце, как мы полагаем, играет в текстах Батая 20-х – 30-х гг. роль оператора некоего иного мира, изнанки реальности, для описания которой он последовательно использовал концепты ирреального, низкой материи, гетерогенного и, наконец, сакрального» [2, с. 342]. Термин «оператор» исследователь берет у Ролана Барта, а «сакральное» в мире Батая понимается им как связанное с жертвоприношением. Таким образом, солнечность маскота, такого как Подсолнух, который можно считать маскотом творчества Ван Гога, противопоставлена нехватке, очевидной в случае маски, где всегда нужна компенсация, восполнение, узнавание маски и приписывание социальной роли. Эротической нехватке противостоит особая избыточность солнца, освещающего высокое и низкое без всякого различия.

В маскотах всегда есть солнечность. Они создаются обычно с помощью светлых, блестящих тонов, светотень при создании маскотов никогда не используется. Это видно и в виртуальных маскотах, в которых возвращается антропоморфизм. Живущий в телефоне кот Том (популярная игра 10 лет назад) или анимированные эмодзи ведут себя совершенно по-человечески, с человеческими гримасами. Так выглядели средневековые львы, солнечные звери, часто с почти человеческими лицами. Антропоморфизм маскота удерживается в виртуальном мире [11], который есть мир монитора, мир света.

Выводы

Современные создатели маскотов учитывают солнечность маскота, даже не располагая специальной его теорией. Суханова и Бабкина [5] предложили маскотом библиотеки кота Тимошу. Этот образ соединяет народную традицию (имена Котофей и Тимофей для кота), уменьшительный суффикс, применявшийся к людям, животным и даже к антропоморфной технике (компьютер «Микроша» в эпоху перестройки). Таким образом, эта эмблема, хотя и предназначена для традиционной библиотеки с бумажными книгами, вполне отражает законы виртуального мира и тягу к антропоморфизации в нём.

Другой упомянутый выше в тексте маскот кондитерской «Метрополь-Север» (Санкт-Петербург) имеет давнюю историю в императорской, советской и постсоветской столице. Белые мишки стали образом качества кондитерской продукции: именно белизна, чистота, покорение севера и смелость символизируют идею северной столицы. Петербург в чем-то сам антропоморфизируется благодаря этим кондитерским, становится не отвеченной северной столицей, а местом производства каких-то родных и узнаваемых символов, существом, способным дарить подарки. С 2009 года по инициативе Валентины Матвиенко кафе-кондитерская «Север» в числе всего шестнадцати адресов Петербурга, обладающих высокой значимостью для истории и культуры города, была включена в состав «Красной книги памятных мест Санкт-Петербурга» и не подлежит перепрофилированию. Также и изображения северных мишек, белизна которых сияет в полярный солнечный день, или же они сами будто источают северное сияние, некоторую живописную солнечность, будут охраняться и бережно передаваться.

Сопоставление маскота и маски приводит к выводам, что маска индивидуальна, это манифестация статусных достижений и частных желаний, в то время, как маскот – это образ обобщенный и социально сконструированный. Переход маски в виртуальную



среду обусловлен опытом генерации аватаров, переход маскота в виртуальную среду вызван развитием цифрового общества потребления.

Маскот и маска покоряют пространство, заставляя нас вспомнить архаическую магию и анимизм. Маска выросла из магических обрядов переходов «жизнь-смерть» [7], маскот близок к магической точке жизненного повседневного пространства, – талисману, только талисман стремится стать схематичным, и часто представлен почти нулевой геометрической формой в семиотическом смысле, а маскот, напротив, схематически выверенный, дизайнерски разработанный до деталей образ. Маска взывает к разоблачению, в отличие от маскота, ценность которого – в сохранении сконструированного образа. Следовательно, практический совет создателям маскота: это должно быть существо, заслуживающее бережного употребления, зывающее к бережности и при этом в чём-то солнечное (например, желтоватая капибара).

В теории Фрейда образ денег необходим как образ избытка, а не компенсации нехватки. Но как раз маскот, будучи цельным, разоблачает деньги как призрачный образ. Когда

маскота создают, лепят, ваяют, обычно не думают, сколько стоит его создание, эта мысль приходит в последнюю очередь. Он поэтому как раз освобождается, как призрак, автономизируется и от такой механики социального, как деньги. В этом мы и видим главную критическую функцию маскота в современном обществе потребления: он показывает, что деньги не главное, и что солнечность может не подчиняться манипулирующей механике богатства, могут быть поставлены новые рекорды и бескорыстно. Эта критика общества потребления особенно необходима в наши дни.

Этапы развития маскота от автомобильной промышленности (худая борзая на капоте Линкольна или олень на капоте ГАЗа), журнальной (мишка-собачка в шарфике – советский Мурзилка или Крокодил), рок-культура (летающая свинья группы Pink Floyd), Олимпийские игры (Снежинки и Ледок на Туринских зимних играх 2006 года) демонстрируют увеличивающийся масштаб воздействия и территории. Поэтому сейчас создатели маскотов должны думать о том, как маскоты будут выглядеть не только в помещении, но и под открытым небом.

Список литературы

1. Жижек Сл. Кукла и карлик. Москва: Европа, 2009. 336 с.
2. Зыгмонт А. Образ солнца в философии сакрального Жоржа Батая // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2017. № 3 (35). С. 332–359.
3. Лотреамон. Стихотворения. Москва: Ад Маргинем, 1998. 674 с.
4. Ницше Ф. Философия в трагическую эпоху. Москва: Refl-book, 1994. 416 с.
5. Суханова Е. В., Бабкина А. А. Маскот библиотеки: от идеи до воплощения // Библиотека и культурное пространство региона: Материалы Всероссийской научно-практической конференции к 45-летию кафедры библиотечных и документально-информационных технологий, Пермь, 17–18 декабря 2020 года. Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2021. С. 304–307.
6. Чубаров И. Коллективная чувственность: теории и практики левого авангарда. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 344 с.
7. Штайн О. А. Маска как форма идентичности. Санкт-Петербург: Издательство РХГА, 2013. 160 с.
8. Feria-Galicia J. Mascot Politics, Public Pedagogy, and Social Movements: alternative media as a context for critical media literacy // Policy Futures in Education. 2011. Vol. 9. No. 6. Pp. 706–714.
9. Preciado P. Pornotopia: An essay on Playboy's architecture and biopolitics. Princeton: Princeton University Press, 2014. 308 p.



10. *Schultz B., Sheffer M. L.* The mascot that wouldn't die: A case study of fan identification and mascot loyalty // *Sport in Society*. 2018. Vol. 21. No. 3. Pp. 482–496.
11. *Wandel T. L.* Brand anthropomorphism: Collegiate mascots and social media // *Driving customer appeal through the use of emotional branding*. IGI Global, 2018. Pp. 171–193.

*

Поступила в редакцию 03.07.2024



АКТУАЛИЗАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ И ПОВЫШЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КАЧЕСТВА ШОУ-ПРОГРАММ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

УДК 7.067

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>

В. А. Божбин

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: bogbin@mail.ru

Аннотация. Статья представляет собой исследование трансформаций культурного контента телевизионных шоу-программ с целью более эффективной реализации на практике целей и задач российской государственной культурной политики для преодоления социально-мировоззренческого кризиса постмодернистской эпохи. Придание массовой культуре ценностно-духовного ядра и обеспечение высокого художественного уровня способно вывести ее из состояния демонстрации признаков престижности и встроенности в «социальную обойму». Массовая культура может служить гармонизации психической жизни людей, обеспечивать развитие духовных качеств личности и осмысленное существование, наполненное социально-конструктивной деятельностью. Теоретические выводы подкрепляются исследованием ценностных установок и предпочтений в области экранной культуры молодежной среды. Проводится анализ контента шоу-программ на отечественном телевидении, результаты которого показывают недостаточность и неполноту системы мер, предпринятых на данный момент для повышения их качества. В статье отмечается необходимость усовершенствовать телевизионные шоу-программы с помощью внедрения музыкальных композиций из экранизаций литературных произведений, историко-биографических фильмов. С целью формирования более высокого уровня культурно-досуговых предпочтений россиян и продвижения духовных ценностей шоу-программы могут создаваться на основе сценариев, посвященных науке, истории искусства и культуры как базиса для достижения целей современной российской культурной политики.

Ключевые слова: художественная культура, массовая культура, молодежная аудитория, культурная политика, традиционные ценности, российское телевидение, телевизионный контент, шоу-программы.

Для цитирования: Божбин В. А. Актуализация традиционных ценностей и повышение художественного качества шоу-программ российского телевидения // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 35–41. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>

ACTUALIZATION OF TRADITIONAL VALUES AND IMPROVEMENT OF THE ARTISTIC QUALITY OF RUSSIAN TELEVISION SHOWS

БОЖБИН ВЛАДИМИР АНАТОЛЬЕВИЧ – прикрепленное лицо кафедры культурологии Московского государственного института культуры

BOZBIN VLADIMIR ANATOLIEVICH – attached person, Department of Cultural Studies, Moscow State Institute of Culture

© Божбин В. А., 2024



Vladimir A. Bozbin

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: bogbin@mail.ru

Abstract. The article is a study of the transformations of the cultural content of television show programs in order to more effectively implement the goals and objectives of the Russian state cultural policy in practice in order to overcome the socio-ideological crisis of the postmodern era. Giving mass culture a value-spiritual core and ensuring a high artistic level can bring it out of the state of demonstrating signs of prestige and embeddedness in the "social cage". Mass culture can serve to harmonize the mental life of people and ensure the development of spiritual qualities of personality and a meaningful existence filled with socially constructive activities. The theoretical conclusions are supported by the study of value attitudes and preferences in the field of screen culture of the youth environment. The analysis of the content of show programs on domestic television is carried out, the results of which show the insufficiency and incompleteness of the system of measures taken at the moment to improve their quality. The article notes the need to improve television show programs by introducing musical compositions from film adaptations of literary works, historical and biographical films. In order to form a higher level of cultural and leisure preferences of Russians and promote spiritual values, show programs can be created on the basis of scenarios devoted to science, the history of art and culture as a basis for achieving the goals of modern Russian cultural policy.

Keywords: art culture, mass culture, youth audience, cultural policy, traditional values, Russian television, television content, show programs.

For citation: Bozbin V. A. Actualization of traditional values and improvement of the artistic quality of Russian television shows. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 35–41. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-35-41>

Исследование современных тенденций становления художественной культуры России находится на пике актуальности в связи с необходимостью поиска собственного вектора развития общества и создания культурного климата, благоприятствующего национальному подъему в терпящем системный кризис постмодернистском мире. В связи с этим представляется обоснованным рассмотреть состояние телевизионного контента, поскольку в современном информационном мире культура экранного искусства играет решающую роль в формировании выразительных средств и содержания художественного диалога [12, с. 4]. Исследование художественных процессов на примере телевизионных программ представляет практическую значимость для продуктивной реализации приоритетных направлений культурной политики России.

Российская культура не является исключением и представляет собой «лоскутное одеяло», состоящее из пестрого множества

субкультур, при этом как сами субкультурные явления, так и социум абсолютно гетерогенны [5, с. 21]. Кризисное состояние, отчасти вызванное бесконтрольным культурным консюмеризмом, также является неизбежным в эпоху постмодерна. Последние десятилетия западная культурфилософская мысль придерживалась самых различных оценок и позиций по отношению к массовой культуре, в том числе полагая, что неограниченная свобода массовой культуры сможет преобразоваться в эффективное средство гармонизации психологической жизни людей [2, с. 31]. В странах Запада нарастают деструктивные явления, связанные с политикой политкорректности: постоянные «шуттинги», низкая рождаемость в среде коренного населения в связи с разрушением на законодательном уровне института семьи, маргинализация массового сознания, правовой нигилизм. Эскапизм, ставший глобальной проблемой развитых стран, уводит все дальше от общепринятых норм, и речь идет даже не о национальных



культурных нормах, а об основанных на естественных потребностях человека общественных институтах, берущих свое начало еще в древнем мире, а именно: семья и рождение детей, преемственность поколений, забота о стариках, защита отечества.

В конце января – начале февраля 2024 года СМИ опубликовали короткие видео с первыми обладателями компьютера в виде очков «Apple Vision Pro», которые позволяют постоянно находиться в дополненной цифровым интерфейсом реальности: зрители наблюдали идущего будто в состоянии обсессивно-компульсивного расстройства человека, производящего жесты, напоминающие активное пользование большим сенсорным экраном, при этом он не следил за дорогой и, казалось, мог в любой момент споткнуться, удариться о препятствие или попасть под машину. Сообщалось также, что вся первая партия новинки корпорации «Apple» была раскуплена за один день. Таким образом, вместо преобразующей функции мы видим процесс свертывания разнообразия проявлений массовой культуры до культуры одного человека, а расчеловеченная, наполненная фальсифицированными смыслами реальность толкает индивида на побег в более комфортную виртуальную среду.

Интересны в этой связи теоретические наработки доцента философского факультета Государственного академического университета гуманитарных наук О. Н. Гурова. Ученый полагает, что посредством подобных технических средств корпорации утверждают свое влияние на все сферы общественной жизни, но их мотивации далеки от стремления найти основания совершенствования человеческого бытия, поскольку перспективы развития таких технологий ведут не просто к все более сложному возврату людей к реальной жизни, а к редуцированию природы человека: ведь в виртуальном мире нет необходимости в эмоциональных привязанностях, сопереживании и ответственности [3, с. 25–26].

Российские исследователи массовой культуры А. Я. Флиер, И. М. Быховская, А. В. Ко-

стина, Е. Н. Шапинская, Н. Б. Маньковская, В. В. Зверева, Э. А. Орлова, В. М. Дианова и другие пришли к пониманию того, что цели и ценности, которыми руководствуется автор культурного текста, гораздо важнее его семантических элементов, и что от уровня конструктивности целей и ценностей зависит форма влияния этого текста на реципиента. Неслучайно А. Я. Флиер указывал на то, что западная школа культурологии исследует не достижения культурных явлений, а переживания занятых в их продуцировании людей, таким образом, сводя культурные артефакты к инструменту выражения субъективных рефлексий отдельного индивида [10, с. 6]. Будучи приверженцем социологии культуры, Флиер определял главную функцию культуры как «...стимулирование и обеспечение социального характера человеческого бытия» [11, с. 91].

В данном контексте возникла новая идея о синтезе традиционных ценностей и инструментария массовой культуры. Массовая культура – явление сложное, она обладает самобытными продуктивными свойствами: разнообразием ярких выразительных средств, адаптивностью к элементам других культурных пластов (элитарная культура, фольклорная культура), сочетанием гедонистического и просветительского начал, доступностью текста. Придание массовой культуре единого ценностно-духовного ядра, соотносящегося с природой человека, с его естественными потребностями, способно вывести ее из уровня «поставщика» атрибутов для демонстрации признаков ложной успешности и встроенности в псевдо-престижную «социальную обойму» на уровень того самого механизма, который способен стать новым источником гармонизации психической жизни людей как результата возврата к осмысленному реальному существованию, наполненному социально-конструктивной деятельностью.

Начало целенаправленного движения в сторону осуществления на практике концепции сохранения и популяризации традиционных ценностей посредством обновления



культурной политики, а значит, и политики в отношении масскульта, можно условно определить с момента опубликования Указа Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». В статье VIII под названием «Ожидаемые результаты» среди перечня привычных, общеприменимых тезисов о повышении культурного потенциала общества в целом и сохранения народа РФ выделяются следующие инновационные положения: повышение социального статуса семьи и укрепление основополагающей роли традиционных семейных ценностей; обеспечение роста числа молодых людей, желающих жить и работать в России; знание истории РФ и русского языка, интегрированность в родную культуру; качественное повышение уровня культурно-досуговых предпочтений россиян, особенно в отношении медиа-продукта; сохранение самобытности российской культуры [7].

Массовая культура России начала XXI века представляет собой во многом хаотичную совокупность субкультур, большинство из которых детерминированы «американизмами», т. е. эстетическими и мировоззренческими образцами, рожденными в США и распространенными на многие страны мира. При этом основными «агентами» современного художественного процесса естественным образом стали электронные СМИ и ТВ, на основе коммерческого расчета самостоятельно определяющие культурную политику, зачастую противоречащую национальным интересам РФ [10, с. 9]. Для современного художественного процесса, без преувеличения, «медиа – это уже не инструментальная среда, а средоточие ее фундаментальных смыслов и корреляций» [1, с. 3], поэтому абсолютно согласующимся с реалиями текущей эпохи представляется факт закрепления в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. (от 13 мая 2009 г.) следующей оценки статуса и роли массовой культуры: продукция масскульта, направленная на удовлетворение потребностей маргиналов, а также на формирование

протестно-деструктивного отношения к объектам культуры традиционной, представляет собой главную угрозу национальной безопасности. Законодатель подчеркивает, что задача обеспечения культурного суверенитета, а значит, культурной безопасности России, напрямую связана с недопущением засилья масскульта указанного уровня в СМИ и прочих общественных пространствах [9].

Молодежь – стратегический ресурс общества, качества которого чрезвычайно важны, так как на нее возлагается функция обеспечения непрерывности возобновления социального устройства. Находясь в процессе становления, обретения базовых и иерархически последующих социальных ролей, молодежь осваивает культурные нормы и ценности, а также экспансивно реагирует на общественно мотивирующие факторы. Анализ поведенческих реакций молодежной аудитории как воспринимающего субъекта представляется наиболее актуальным и значимым для культурной практики.

Подавляющее большинство молодежи считает основными ценностями триаду: материальное благополучие – семья – жизнь в удовольствие; всех без исключения интересует будущее России. Большинство молодых людей не смотрят ТВ трансляции, а те немногие, кто иногда включает телевизор, предпочитают сериалы и шоу-программы. Повышение культурного уровня телевизионных шоу-программ могло бы стать отправной точкой в развитии вкусов и потребностей молодежной аудитории в целом, что естественным образом привело бы к возрастанию интереса к научно-просветительскому контенту. Последнее может повысить интерес к телевидению как таковому и в итоге позволит более эффективно использовать этот ресурс. Технически это можно осуществить с помощью внедрения в музыкальные телевизионные шоу песен, например, из экранизаций различных литературных произведений или историко-биографических фильмов (вместо хитов западной популярной музыки). Конструктивно создание шоу на основе сце-



нариев, посвященных науке, истории искусства, а также использование различных ярких эклектичных проектов, например, исполнение фольклорной музыки в современных музыкальных стилях.

Интернет конкурирует с телевидением, но и в Интернете не смотрят просветительские программы и программы о культуре, большая часть молодежи интересуется шоу-программами. Обнадеживающим является тот факт, что молодежь не считает нейросети равноценной заменой языковой грамотности и развитости, а знание родной истории и вообще признается важной частью формирования личности. Это свидетельствует о способности молодого поколения противостоять натиску агрессивной пропаганды IT-корпораций, стремящихся наживать состояния на торговле дешевыми заменителями истинного мышления.

Теперь обратимся к анализу текущего состояния телевидения и интернет-контента. На данный момент два указанных наиважнейших СМИ далеки от удовлетворения запроса аудитории и от реализации положений Указа Президента «Об утверждении Основ государственной культурной политики». С момента основания в 1997 году канала «Культура» многие общественные деятели, представители творческой интеллигенции указывали на то, что принудительное определение культурных и просветительских программ в «гетто» тематического канала не способствует популяризации элитарной культуры, «мидкульту» и науки. Это создает целый ряд негативных последствий: деятели прочих культурных областей могут сослаться на то, что у «высокой» культуры есть собственный федеральный канал, и поэтому они не обязаны осуществлять ее дополнительную поддержку; формат телеканала сковывает творческую свободу и делает его консервативным и ригидным, не давая создавать по-настоящему яркие, экспериментальные шоу-программы. Как следствие, просмотр телеканала воспринимается в молодежной среде отсталостью и приверженностью устаревшей моде.

За рамками телеканала «Культура» существует только одна культурологическая передача – «Кино в деталях» (СТС), которая идет в 1 час ночи по понедельникам. Если понедельник выпадает на праздничный день, то «Кино в деталях» переносится на первый рабочий день недели. Научные программы доступны только на цифровом платном канале «Наука», владельцем которого является АО «Цифровое телевидение», учрежденное ВГТРК. Что касается культурных программ более легкого музыкального развлекательного характера, то они представлены на российском телевидении несколькими шоу – «Песни» и «Фабрика звезд» («ГТТ»), где в основном заняты копированием или перепевом песен западных направлений: рэп, соул, хип-хоп, R&B и т. п. (чаще всего на английском языке), «Утренняя почта» («Россия – 1»), где транслируют образцы примитивной массовой культуры, и «Играй, гармонь любимая!» («Первый канал») – фольклорная программа, которая выходит по воскресеньям в 06:55 утра.

По данным интернет-издания «Ведомости. Город», самыми рейтинговыми интернет-шоу в 2023 году стали «Экстрасенсы. Битва сильнейших» (мистическое шоу), «Мужское/Женское» (шоу о семейных проблемах), «Новые звезды в Африке» (реалити-шоу о выживании), «Шоу Воли» (вечернее авторское шоу), «Выжить в Дубае» (реалити-шоу о выживании).

Наиболее популярными интернет-каналами являются «Стас ай, как просто!» (блогер, научная и общественная тематики), кулинарное шоу «Debauchery Food», «Саня во Флориде» (блогер, шоу о жизни российского эмигранта в США), «Rutube. Лучшее» (разноплановые эмоциональные видео) и документальный «Алгоритм» (аналитические материалы и разговоры на различные общественно-культурные и научные темы) [8].

Рейтинг также свидетельствует о потенциале молодежи в восприятии социологической, научной, семейной проблематики. При наличии программ, направленных на активизацию сознания человека с помощью более сложных приемов художественного диалога,



зритель предпочел бы их [6, с. 82]. Поэтому выход отечественной культуры из кризиса постмодернизма может быть активизирован и завершен, если устранить это препятствие. Указ «Об утверждении Основ государственной культурной политики» создан при помощи изучения общественного мнения. Однако в то же время наблюдается недостаток образования молодежи (еще раз подчеркну, что образование не является темой статьи, однако без него невозможен культурный подъем), к устранению которого не предпринимается усилий. Продюсеры, владельцы медиахолдингов и т. д. скованы меркантильными интересами, и требуется государственная воля, чтобы переломить эту тенденцию.

Первостепенные меры развития молодежи в указанном направлении могут выглядеть следующим образом:

- вывод программ о культуре из «гетто» единственного телеканала;
- создание музыкальных шоу и/или шоу с элементами фольклора;
- создание фильмов и сериалов на основе научных, научно-фантастических сюжетов;

- активное привлечение фольклорных коллективов для участия в фестивалях и праздниках, популярных у молодежи;
- включение в программы фестивалей и праздников просветительских мероприятий;
- повышение уровня телевизионных шоу с помощью жанрового разнообразия;
- разработка клубных вечеров на основе научных и фольклорных тематик.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что молодые люди в целом патриотично настроены и ценят родную культуру и язык, а значит вектор развития культурной политики, означенный в Указе, соответствует запросам российского общества. И поскольку на российском телевидении и в интернете по популярности лидируют шоу-программы, необходимо активнее использовать их для реализации положений Указа «Об утверждении основ государственной культурной политики», в том числе – для формирования всестороннего развития личности.

Список литературы

1. Борисов О. С., Леонов В. Е., Щербаков В. П. Медиакультура: технология, практика, рефлексия: монография / под общ. ред. В. Е. Леонова. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос. институт кино и телевидения, 2016. 180 с.
2. Гириц К. Искусство как культурная система // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 2. С. 31–54.
3. Гуров О. Н. Метаисселенная – из сумерек во тьму перелетая? // Наука телевидения. 2022. 18 (1). С. 11–46.
4. Деменёв Д. Н. О логике художественного процесса // Философия и культура. 2017. № 12. С. 72–82.
5. Ильин А. Н. Массовая культура современной России как совокупность субкультур // Среднерусский вестник общественных наук. 2009. № 1 (10). С. 21–26.
6. Мицкая А. А. Художественный диалог в системе мозаичной культуры // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. 2013. Выпуск 29. С. 82–86.
7. Об утверждении Основ государственной культурной политики: указ Президента РФ от 24.12.2014 № 808 (с изм. и доп.). Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/794f61e017718ffdc01e7af2e023edc189680f5f/
8. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/424>



9. *Тонконогов А. В.* Массовая культура как фактор формирования духовного пространства современной России // Социально-гуманитарные знания. 2010 № 5. С. 27–37.
10. *Флиер А. Я.* Науки о культуре после постмодернизма: постфутурология // Обсерватория культуры. 2012. № 2. С. 4–11.
11. *Флиер А. Я.* Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Выпуск 1. № 77. С. 88–103.
12. Электронная культура и экранные формы творчества / Под ред. К. Э. Разлогова. Москва: РИК, 2006. 382 с.
13. Rutube назвал самые популярные шоу в 2023 году // Ведомости. Город. 27.12.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/gorod/ourcity/articles/rutube-nazval-samie-populyarnie-shou-v-2023-godu?ysclid=ltenvvpj3j790469555>

*

Поступила в редакцию 01.07.2024



К УЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК «ДРУГАЯ РЕАЛЬНОСТЬ»

УДК 792.03

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-42-52>

И. А. Черников

Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина,
Воронеж, Российская Федерация,
e-mail: tchernikowivan@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена аналитическому описанию той особой виртуальной реальности, которая создается культурными индустриями. По мнению автора, культурные индустрии выступают выражением массивированной работы с сознанием крупного постиндустриального капитала, заинтересованного в прибыли и воздействии на весь спектр убеждений пользователей. Огромные технико-информационные возможности культурных индустрий дают возможность одновременно охватывать обширные аудитории, что позволяет и эффективно торговать, и влиять на сознание. В отличие от традиционного времяпрепровождения, когда люди в режиме повседневности сами участвовали в культурных развлечениях и культурном творчестве, культурные индустрии создают исключительно пассивную аудиторию реципиентов, которые только пассивно воспринимают то, что им транслируется с экранов и мониторов. А транслируется им образ особой реальности, не похожей на обычную жизнь, но претендующей на статус ее лучшей модели: это реальность соблазнительная, завораживающая, экспрессивная. Заманчивая виртуальная реальность современных медиа одновременно и льстит самолюбию зрителя и слушателя, и незаметно обращает его в покупателя, потребителя. Выделены следующие особенности этой реальности: она гипертрофирует все эмоционально-чувственные образы, предлагая реципиентам то рай, то ад, то приключение; она смешивает разные сферы общественной жизни и разрушает любые иерархические отношения, виртуально делая доступными для пользователя любые формы самоутверждения; она отвергает закрытость и интимность, выставляя все «на продажу»; для нее характерны самохвалство, вульгарность и бестактность по отношению к Другим; она постепенно вытесняет из своей сферы человека, заставляя зрителя-потребителя включиться в область взаимодействия информационных роботов (ИИ).

Ключевые слова: культурные индустрии, культура, реальность, виртуальная реальность, гиперреальность, информационная реальность, искусственное, естественное.

Для цитирования: Черников И. А. Культурные индустрии как «другая реальность» // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 42–52. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-42-52>

ЧЕРНИКОВ ИВАН АЛЕКСАНДРОВИЧ – кандидат педагогических наук, старший преподаватель, Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил, Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина

SHERNIKOV IVAN ALEXANDROVICH – CSc in Pedagogy, senior lecturer, Military training and research center of the Air force, Air force Academy named after Professor N. E. Zhukovsky and Yu. A. Gagarin

© Черников И. А., 2024



CULTURAL INDUSTRIES AS A "DIFFERENT REALITY"

Ivan A. Chernikov

Air Force Academy named after Professor

N. E. Zhukovsky and Yu. A. Gagarina,

Voronezh, Russian Federation,

e-mail: tchernikowivan@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to an analytical description of the special virtual reality that is created by cultural industries. According to the author, cultural industries are an expression of massive work with the consciousness of large post-industrial capital interested in profit and influencing the entire range of user beliefs. The huge technical and information capabilities of cultural industries make it possible to simultaneously reach vast audiences, which allows you to trade effectively and influence consciousness. Unlike traditional pastimes, when people themselves participated in cultural entertainment and cultural creativity in their daily routine, cultural industries create an exclusively passive audience of recipients who only passively perceive what is broadcast to them from screens and monitors. And they broadcast the image of a special reality that does not look like ordinary life, but claims to be its best model: this is reality, seductive, fascinating, expressive. The alluring virtual reality of modern media simultaneously flatters the ego of the viewer and listener, and imperceptibly turns it into a buyer, consumer. The following features of this reality are highlighted: it hypertrophs all emotional and sensual images, offering recipients either heaven, hell, or adventure; it mixes different spheres of public life and destroys any hierarchical relationships, virtually making any form of self-affirmation available to the user; she rejects closeness and intimacy, putting everything "for sale", she is characterized by self-boasting, vulgarity and tactlessness towards Others; she gradually displaces a person from her sphere, forcing the consumer viewer to join the field of interaction of information robots (AI).

Keywords: cultural industries, culture, reality, virtual reality, hyperreality, information reality, artificial, natural.

For citation: Chernikov I. A. Cultural industries as a "different reality". *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 42–52. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-42-52>

Постановка проблемы

В современном философско-культурологическом дискурсе как правило рассматриваются три вида изменений, вызванных культурными индустриями. Это изменения «в бизнес-стратегии, социокультурные и текстуальные изменения, а также технологические изменения» [27, с. 24]. Этим аспектам культурных индустрий посвящены труды таких исследователей, как М. Маклюэн [18], Д. Хезмондалш [27], Д. Тросби [25], в России – Е. Э. Дробышева [7], Е. В. Зеленцова [12], К. В. Савельева [24], Р. З. Хестанов [28] и другие. Вместе с тем анализ сдвигов в культурном производстве и потреблении, широко представленный в работах зарубежных и отечественных культурологов, необходимо дополнить исследованиями ценностно-смысловых параметров культурных систем, возникаю-

щих и трансформирующихся в процессе индустриализации культуры, что отражается на уровне социокультурной организации сообществ и социального взаимодействия.

Одно из важных направлений исследования ценностно-смысловых параметров культурных индустрий – осмысление того особого вида *реальности*, которую они породили на рубеже XX–XXI веков.

Следует сразу упомянуть авторов, которые писали как о проблеме реальности, так и о проблеме гиперреальности, далее фигурирующей в статье. Теме реальности в разных ее ракурсах посвящали свои работы такие авторы как П. Вацлавик [4], С. Жижек [11], Ж. Лакан [17], А. Шюц [31], в России – В. П. Руднев [23], В. И. Пржиленский [22], Е. В. Золотухина-Аболина [13], Е. Н. Ищенко [16] и др. О проблеме гиперреальности писал,



прежде всего, Жан Бодрийяр [1; 2; 3 и др.]. Его идеи осмысливали и интерпретировали многие, в том числе, и отечественные авторы – И. П. Ильин [15], А. Г. Дугин [8], Е. А. Цуканов [29] и другие.

Но что для нас «культурные индустрии»? Это радио, телевидение, Интернет, система блогов, многочисленные шоу, мода во всех своих проявлениях, искусство и литература, перешедшие в электронный формат, ставшие широко популярными видеоигры. Культурные индустрии возникают, когда культура (или то, что под ней подразумевается) производится и распространяется в промышленных масштабах благодаря открытиям науки и изобретениям техники, а также – в связи с тем, что сами эти индустрии – одно из важных звеньев современной экономики рыночного информационного общества.

Культурные индустрии многоплановы и разнообразны по способам своего влияния на реципиента – зрителя, слушателя, читателя, игрока, каждый из которых одновременно является покупателем. И они множественны. Дэвид Хезмондалш, один из наиболее известных исследователей этого культурного явления, отмечал: «Французские социологи, занимавшиеся “культурными индустриями”, отказались от “Культурной Индустрии” А. Адорно и М. Хоркхаймера в единственном числе, поскольку она предполагала “унифицированное поле”, в котором различные формы культурного производства, сосуществующие в современной жизни, как предполагается, подчиняются одной и той же логике. Вместо этого они стремились показать, насколько комплексными являются культурные индустрии, и выявить различную логику, действующую в разных типах культурного производства, показать, например, что индустрия теле- и радиовещания функционирует совсем иначе, чем пресса или индустрии, полагающиеся на “издательские” модели производства, такие как книгопечатание или звукозаписывающая индустрия... Поэтому они предпочитали множественное число – «культурные индустрии» [27, с. 34]. Именно поэтому далее,

давая описание специфических свойств культурных индустрий как целого, мы будем отмечать специфику отдельных их проявлений. Хотя это, конечно, тема не для одной статьи и даже не для одной книги.

Производя разные варианты предъявления мира потенциальным покупателям, культурные индустрии создают и разные виды мировоззрения и мироотношения, которые складываются в рамках конкретных контентов, и транслируют эти виды мировоззрения – принципы, ценности, эталоны поведения – в массы. Обратимся к своеобразию реальности, созданной культурными индустриями.

«Идеальные миры» домедийной культуры и медиареальность

Построим методологически наше мышление на традиционном философском подходе, свойственном как идеализму, так и материализму, и согласимся с различением области духовно-ментального и области материально-практического, эмпирического.

Человеческая культура, какую бы фазу ее развития и какой бы регион мы ни рассматривали, всегда создавала *сферу идеального* – разделяемые образы окружающей действительности, ценности, цели, нормы, представления о мироустройстве, моральные суждения, учения о трансцендентном. Религия, искусство, мораль, наука, содержание нарративов разного уровня и направленности – все это духовные составные культуры, выражающие ее онтологическую специфику и не обладающие свойствами внешнего эмпирического мира. Когда-то, еще в 1911 году, все эти собственно-человеческие явления были названы «фикциями» в учении неокантианца Ганса Файхингера [26]. Однако мало кто из философов согласился с тем, что все идеальные составные человеческой жизни – это *фикции*, то есть, нечто нереальное, вроде самообманов, пустых иллюзий и фантазий. И даже если не следовать учениям великих идеалистов, таких как Платон и Гегель, а согласиться с вполне материалистической и марксистской позицией Э. В. Ильенкова [14], идеальные образования,



будучи не пространственными и физически не осязаемыми, остаются *видом реальности*, потому что они влияют на человеческое поведение, активно участвуют в повседневной жизни и нередко составляют ее мотив и смысл. Осязаемое, с одной стороны, и неосязаемое, но мыслимое и переживаемое, с другой, составляют *двуединую действительность нашей жизни*. И «реальность духа» глубоко связана с «реальностью плоти и действия»: сферы сознания и отражают практическую жизнь, и задают ей вектор развития, и формируют ее. «Идеальные миры прошлого»: обыденные представления, религиозные верования, песни, сказки, произведения искусства, моральные поучения вплетались в повседневную жизнь и до индустриальной эпохи не слишком отдалялись от нее. «Производство идей, представлений, сознания, – пишут К. Маркс и Ф. Энгельс, – первоначально, непосредственно вплетено в материальную деятельность и в материальное общение людей, в язык реальной жизни» [20].

Развитие экономики, специализация и профессионализация во всех сферах деятельности, характерная для Нового времени, создает наряду с бизнесменами и инженерами, рабочими и финансистами *когорту профессионалов-гуманитариев*, которые специально заняты созданием разных видов общественного сознания. Это художники, литераторы, философы, теоретики политики, ученые-экономисты, журналисты. Они попадают под покровительство как богатых меценатов, так и государства. Их специальной задачей становится *выработка основ мировоззрения, создание впечатлений, влияние на общественное мнение, инициирование общественных настроений*, а важность этих настроений власть предержащие понимали уже в XVIII веке, о чем свидетельствуют современные исследования [5]. Область профессионального создания «идеальных миров» – как описательных, так и нормативных – начинает все более отдаляться от стихийного народного сознания, всегда полного мнений и оценок, слухов и домыслов. Все это начина-

ет масштабно *профессионально производиться*, чему очень способствует книгопечатание и чтение, возникновение газет и журналов, а позже – технических средств передачи информации. Однако еще долго, вплоть до второй половины XX века *двуединая социокультурная реальность* остается по большей части целостной, она пока еще питается живым *повседневным опытом*. Обыватели (граждане, живущие своей обычной жизнью) еще поют песни хором, мастерят поделки, пляшут на танцевальных площадках, читают друг другу по вечерам, обсуждают местные сплетни, узнанные из первых уст, интересуются в первую очередь тем, что от них близко. Они трепетно относятся к национальной культуре прошлого и считают неприличным избыточно проявлять любопытство к чужим личным делам. То есть, их существование во многом *традиционно*, область их интересов порождена стихией окружающей действительности, а не «*информационным пространством*», которое только формируется, сгущается, чтобы в скором времени перехватить инициативу. И провинция в этом отношении все еще сильно отличается от столиц.

Но уже во второй половине XX века распространение телевидения, а позже – Интернета и социальных сетей, резко меняют ситуацию. Ведущая роль в создании мировоззренческих взглядов, настроений, ценностей, мнений переходит к *культурным индустриям*. Здесь, хотя и внешне косвенно, тоже работает принцип укорененности идей в жизни, но в данном случае в экономической жизни нового, *постиндустриального* общества. Культурные индустрии транслируют через свои функционально обособившиеся информационные каналы тот контент, то гуманитарное содержание, которое, с одной стороны, *сливаясь с торговлей, является прибыльным*, а с другой – стимулируют необходимые владельцам сетей *убеждения, взгляды и поведенческие реакции*.

Культурные индустрии формируются не просто как новая форма передачи культурного содержания, вырастающего из эмпи-



рических реалий. Они становятся производителями «другой реальности», часто совсем не похожей на нормальную жизнь среднего человека. Культурные индустрии оказываются полем действия *политтехнологов* и *социальной инженерии*, они поистине создают *параллельный мир*, часто не имеющий ничего общего с привычными человеческими отношениями, обычаями, представлениями и чувствами. Возникают уже не идеальные, но *виртуальные миры*, данные в режиме *измененной чувственности*, сведенной к зрению и слуху, выраженные через экраны мониторов. Однако они заявляют о себе как о реальности подлинной, как о нашем истинном зеркале. Довольно удачно характеризует актуальность разговора о виртуальном О. С. Мантуров: «Понятие “виртуальность” проникает в самые разные научные и повседневные дискурсы. Господство в социальной теории второй половины XX века метафорических схем, отмечающих воображаемый, иррациональный, а подчас и просто ложный характер социальных отношений (теория симулякров Ж. Бодрийера, исследования макдональдизации общества Дж. Ритцером и многое другое), приводит к пониманию на повседневном уровне виртуальной реальности не просто как реальности сконструированной, но при этом органично слитой с социальным бытием. Виртуальная реальность предстает перед нами как отражение нашего собственного опыта реальности и как нечто иное. Происходит переход от “радикальной социальности” к не менее радикальной виртуальности» [19, с. 68]. Причем, эта радикальная виртуальность невероятно экспрессивна, в ней много агрессии, в ней идут торговые и информационные войны, она настойчива, навязчива, соблазнительна и подчинена каким-то иным законам, чем обычная жизнь. Она *конкурирует* с нормальной чувственной жизнью, стремясь воздействовать на своих зрителей как наркотик, от которого невозможно отвязаться.

Еще до появления электронного пространства, соцсетей и компьютерных игр, но уже в эру радио, кинематографа и теле-

видения французский психоаналитик Жак Лакан [17] размышлял о том, что до «реальности» мы никогда не добираемся, потому что человеческая жизнь опосредствована *воображаемым* и *символическим*. Будучи загадочным мыслителем с очень сложным стилем изложения, он, скорее всего, имел в виду воображение как культурную способность и символический универсум социального порядка, которые не дают возможности прикоснуться к некоей прекрасной изначальной слитности индивида с миром. Но в эпоху культурных индустрий стало невозможно добраться уже *до обычной эмпирической реальности*, непосредственно и всесторонне данной в повседневной жизни. Потому так взыскует реальности последователь Ж. Лакана Славой Жижек, когда он пишет книгу «Добро пожаловать в пустыню реального» [10]. Реальное у него почему-то ассоциируется с войной и разрухой. Возможно, потому, что, прежде всего, западный человек – это заложник культурных индустрий и символического круговорота информационных пространств. Он не выходит за их пределы и боится реального как катастрофы.

Прежде, чем обратиться к особенностям сознания «другой реальности», отметим, что с появлением культурных индустрий – огромного *механизма по созданию впечатлений*, притягивающего к себе внимание, «меняет с плюса на минус» участие граждан развитых стран в собственной культурной жизни: публика становится *пассивной восприимчивой*, «реципиентом» того, что транслируется по многочисленным индустриальным каналам. Люди гораздо меньше проводят времени в совместных активных развлечениях – прогулках, танцах, пении, ритуалах, праздниках, играх, которые были так характерны для всей традиционной, да и для индустриальной культуры. Нынче они добровольно прикованы к экранам и мониторам, к разным видам рекламы, кино, наглядного пиара и предпочитают не «заниматься самодеятельностью», а исключительно внимать профессионалам шоу-бизнеса, который им транслируют куль-



турные индустрии. В мегаполисах то, что называлось народной культурой (фолк-культура) постепенно умирает, так как даже оставшиеся совместные формы времяпровождения радикально меняются: они претворяются в клубы, кружки, танцевальные и музыкальные школы, художественные объединения, которые тоже возглавляют профессионалы, взимающие с участников плату. Умирает даже застольное пение: все предпочитают наслаждаться выступлением «звезд экрана».

Рассмотрим некоторые значимые черты искусственной реальности, производимой культурными индустриями.

Культурные индустрии: атака «искусственной реальности»

1. Реальность культурных индустрий как мир гипер-возможностей. Каковы же свойства этой завораживающей «иной реальности» выдающей себя за «подлинную» и «нашу»? Реальности, которая претендует на статус «лучшей», чем обычная жизнь? Не пытаясь всюду следовать за Бодрийяром, отметим ее черты, порожденные культурными индустриями.

Прежде всего, это реальность *преувеличенных* красок, звуков и эмоций, потому она и «гипер» реальность. Над созданием транслируемых образов трудятся армии специалистов, и их задача – сделать передаваемую информацию как можно более возбуждающей, впечатляющей, шокирующей, притягивающей внимание. Они шаг за шагом приучают зрителя и слушателя к усиленным эффектам, на фоне которых обычные впечатления оказываются блеклыми и безвкусными. Разного рода фотопшопы способны радикально менять внешность: делать из обычных людей супер красавцев и супергероев, акцентируя телесные особенности и создавая моду на конкретные, задуманные медиа-художниками черты. Точно так же приукрашиваются любые образы, животные, растения, пейзажи. Все оказывается совершенным, как бы умытым, не подверженным старению и порче. Впрочем, интерьеры и ситуации могут являть со-

бой и гипер-рай, и гипер-ад: если уж нечто страшное, то до обморока. Запугивание происходит таким же масштабным образом, как и соблазнение. Мир культурных индустрий – сплошное *приключение*, где один шок сменяет другой. Это реальность ожившей сказки, сказки, которую можно повторять и повторять, возвращаясь к ней по желанию: стоит только снова нажать кнопку. Что следует из этого для мировоззрения «пользователя» и потребителя? Вывод, что обычная жизнь – это серость и тоска. Настоящая жизнь, в которой мы можем быть собой – жизнь терминалов и социальных сетей. Подчеркнем, что во все формы медийной подачи впечатлений вплетена реклама, и привязанность зрителя к экрану окупается сторидей.

Культурные индустрии, благодаря информационно-техническим возможностям как бы *преодолевают пространство и время*: то, что происходит за тысячи километров, оказывается ближе близкого, можно в роли зрителя участвовать в отдаленных расстояниях событиях. Человек становится зрителем бесконечного спектакля [6], и большинство событий, которые прямо его не затрагивают, видятся ему в режиме «досужего зевачки». Одновременно многообразные предложения культурных индустрий – развлекательные и даже обучающие – предлагают увидеть то, что вообще-то *не положено* видеть естественным образом в силу закрытости: как расцветает цветок, как ведет себя ребенок во чреве матери, как выглядят крохотные существа – насекомые или микробы. Бодрийяр относился к этому крайне негативно, говоря, что современный человек – это шизофреник, больной суперблизостью к миру. Что следует из этого? Во-первых, что близкое и повседневное – неинтересно, завораживает лишь то, что вдаль – за горизонтом или в глубине экрана. Во-вторых, что нет ничего недоступного, что человек – хозяин, и может поступать с миром, как он хочет: может проходить через пространство и время, заглядывать куда угодно. В такой позиции есть и дерзость, которую трудно осуждать, и иллюзия всевластия, спо-



собная вызвать необоснованную гордыню. Она льстит самолюбию обывателя.

2. Реальность культурных индустрий как реальность смешений. Гонясь за успехом продаж и преследуя цели манипуляции сознанием, культурные индустрии в своих месседжах, направленных к населению, смешивают информацию из разных областей жизни и пересекают границы, разделяющие социокультурные сферы. Бодрийяр пишет: «Взаимное заражение всех категорий, замена одной сферы другой, смешение жанров... Так, секс теперь присутствует не в сексе как таковом, но за его пределами, политика не сосредоточена более на политике, она затрагивает все сферы: экономику, науку, искусство, спорт...», спорт уже вышел за рамки спорта – он в бизнесе, сексе, политике, общем стиле достижений. Все затронуто спортивным коэффициентом превосходства, усилия, рекорда, инфантильного самопреодоления. Каждая категория, таким образом, совершает фазовый переход, при котором ее сущность разжижается в растворе системы до гомеопатических, затем до микроскопических доз – вплоть до полного исчезновения, оставляя лишь неуловимый след, словно на поверхности воды» [2, с. 15]. И это отсутствие границ и перетекание смыслов выражено даже в клиповом построении материала, когда совершенно разнородные сюжеты оказываются на экране рядом, парадоксально перекликаясь друг с другом. Индустриальное производство контента непрерывно воспроизводит принцип меланжа, поддерживая статус современной эпохи как «эпохи смешений». Каково мировосприятие человека, где все границы размыты? Он чувствует себя причастным ко всему сразу и компетентным во всем, хотя таковым не является, а, кроме того, размывание границ делает разные сферы жизни качественно неопределенными и располагает к неверным аналогиям. Впрочем, если приводить примеры, вроде тех, которые приводит Бодрийяр, что, мол, «секс, спорт и политика оказываются размыты», то окажется, что при всех смешениях и про-

зрачности разделительных линий во всех посланиях культурных индустрий доминирует тема *соперничества и самоутверждения*. Это главная тема современного рыночного общества, и она пробивается через все дробления и любую спутанность. При капитализме конкуренция и победа над соперником выступают как ведущие ценности.

Как это ни парадоксально, но культурные индустрии XXI века, везде подкидывая сюжет борьбы за главенство, одновременно производят реальность, где доминируют *горизонтальные связи*. Вертикальные связи, создающие иерархию знаний, авторитетов, умений, духовных сил, оказываются обрушены. Вроде бы весьма прогрессивная и морально-позитивная *интерактивность* тоже в немалой степени этому способствует. С одной стороны, интерактивность обеспечивает обратную связь, позволяя специалисту-политику, ученому, журналисту видеть, понимает ли его тот, кто воспринимает послание (слушатель и зритель). С другой стороны, поскольку обе стороны уравниваются ситуативным диалогом, возникают конфликты, в которых любой профан как бы становится вровень с экспертом. А, несомненно, множество людей, весьма далеких от обсуждаемой сферы, мыслят себя именно специалистами (все думают, что они специалисты в вопросах здоровья или политики). Отсюда нелепые ситуации на радио и телевидении, которые нередко продолжают перебранкой в эфире. Тот же источник у оскорбительных замечаний к тексту специалиста на комментируемых сайтах.

Однако куда более «горизонтальные» отношения выстраивает блогосфера. Здесь любой человек, не прошедший никакого отбора, никакой оценки собственной компетентности и не получивший права кого-либо учить, может при минимуме технической подготовки наставлять весь белый свет, как ему, белому свету, жить, любить и работать. Образованный человек уравнивается и смешан здесь с необразованным, профессор со студентом, невежда с академиком. Здесь каждый может строить из себя психолога, мага, вели-



кого политика, ученого, знатока закулисных политических секретов. Здесь любой пользователь со своей точки зрения и со свойственной ему мерой развязности *публично дает оценки другим людям*, как если бы имел мандат на судейство по отношению ко всему человечеству. Сети и блоги рождают иллюзию *полноты права на любую оценку* вне зависимости от компетентности судящего. Внешне это похоже на демократию, но это, скорее, то, что в древности было названо другим словом – *охлократия*, власть толпы, власть невежд. Возможно, такая реальность, где любой человек без всяких оснований и ограничений дает оценки другим, является для многих терапевтической, позволяет осуществить психологическую разрядку, компенсировать собственные комплексы неполноценности. Но реальность «смещения компетентности и некомпетентности» несправедлива как по отношению как к реальным специалистам, так и к тем, кто становится объектом неграмотного лечения, поучения и наставления. В мировоззренческом отношении формируется позиция: всем можно все. Чем это объяснить? Видимо, помимо технических возможностей давать слово любому, здесь вновь присутствует грубая *лесть массам*, которые должны питать иллюзию вседозволенности и влияния на события, в то время как невидимые кукловоды моды и СМИ умело руководят социальными процессами

3. Реальность культурных индустрий как реальность демонстративности и любопытства. Но что вносят культурные индустрии в отношения коммуникации? В отношении «Я и Другой»? Они в промышленных масштабах истребляют такую тонкую человеческую связь как *интимность*. Суть интимности состоит в *уважении и деликатности* как по отношению к своей, так и по отношению к чужой внутренней жизни. Интимность тесно связана с целомудрием, о котором в свое время хорошо написал французский персоналист Э. Мунье: «Целомудрие – это такое чувство, которое демонстрирует неисчерпаемая в своих внешних проявлениях лич-

ность, когда эти проявления принимают за ее подлинное существование... Противоположностью целомудрия является вульгарность. Когда я озабочен лишь тем, как я выгляжу со стороны, в общественном мнении» [21, с. 488]. Если исходить из такого представления, то культурные индустрии производят огромный объем *вульгарного контента*, и, наверное, это неудивительно, ведь они влетены в рынок. То, что интимно, скрыто, выступает потаенным, не может быть продано, неочевидное – не товар. По поводу этого «овнешнения», настойчивой попытки все из всех углов вынести на обозрение тоже много и горько писал Жан Бодрийяр [1; 2; 3 и др.]. Рыночная реальность культурных индустрий все *предназначает для выставления на торги* – порой чисто денежные, порой – психологические, когда оплатой служат знаки внимания, поглаживания самолюбия, интернетные «лайки».

Прежде всего, отрицанием всякой интимности, скромности и душевной сокрытости является *самореклама*, широко принятая в культурных индустриях. Самопрезентация, приобретающая форму рекламы, предполагает максимальное обнажение и человеческого тела, и человеческой души. Надо сказать, что этот тренд западной культуры с огромным трудом воспринимался в России, но к сегодняшнему дню выросли поколения, уже принимающие публичное «раздевание» и самохвальство как норму. Самореклама может принимать вид не только демонстрации своих эстетических достоинств или хвастовства успехами, но и облик публичного покаяния, и выставления на обозрение собственных пороков. Кто-то ведь может заплатить и за пороки! Именно поэтому так популярны ток-шоу, заимствованные из культурно-коммерческого багажа западных стран, а также интимные излияния знаменитостей об их разнообразных страданиях в той или иной сфере жизни. На ток-шоу разворачиваются скандалы, с демонстрацией тяжелых негативных эмоций – ибо «люди любят смотреть скандалы!». На «задушевных беседах» звезды шоу-бизнеса выворачивают наизнанку свое прошлое,



подробности интимных отношений и личных переживаний. Можно сказать, что актеры и певцы, танцоры и музыканты становятся «фигурами для сплетен», а их творческие таланты и достижения отступают на задний план. В наиболее трагических ситуациях совершенно рядовые граждане идут на публичную «продажу интима» ради заработка для близких – например, когда человек, умирающий от СПИДа, дает в режиме реального времени снимать и показывать в сетях собственное умирание, которое, несомненно, «дело» весьма интимное.

Другой вариант вульгарного «культурно-индустриального» мира без стен и замков представляет погоня журналистов, режиссеров, папарацци за теми, кто все же хочет уклониться от полной презентации себя «широким массам». Людей преследуют, читают их переписку, лезут к ним в смартфоны, ловят на улицах, совершенно не считаясь с их нежеланием продавать душу даже за большие деньги. Если в первом случае деинтимизация и вульгаризация добровольна, то во втором она насильственна.

Экранно-рекламная, журнально-телевизионная реальность фактически истребляет уважение людей и к себе, и к другим. Но надо отметить, что этот «прозрачный мир» без уважения и без тайны довольно быстро наскучивает потребителю-покупателю. Именно поэтому требуются все новые и новые порции «разоблачений», «демонстраций», скандалов, где чужие души, в том числе души весьма уважаемых и статусных людей, предъявляются массам как нечто примитивное, порочное и вульгарное, потому что, приобщаясь к «чужим тайнам», особенно тайнам постыдным, несовершенный обыватель может почувствовать себя более высоким и достойным, чем те, кого «раздели на подиуме». Низвержение кумиров продается как десерт, которого долго ждали. В крайнем случае зритель скажет: «Ну, раз все такие, а зачем мне стараться быть лучше?» И охотно заплатит за очередной журнал или ролик, подпишет на сайт, который «раскрывает глаза» на жизнь.

4. Реальность культурных индустрий как реальность Искусственного Интеллекта. Активное вторжение в культуру цифровых отношений с их «большими данными» и креативом (хорошим или плохим), который мгновенно масштабируется в гигантских размерах, привнесло в мир культуры, то есть в способности человеческого восприятия, переживания и действия, огромную дозу *искусственности*. Можно долго ломать копыта по поводу того, что такое «искусственное» и «естественное», определим их просто: естественное, это то, где ведущую роль играет человек с его человеческими чувствами и умом, а искусственное – это то, где человек находится на заднем плане как, быть может, создатель технических и информационных устройств, но где ситуация определяется уже устройствами, а не человеком. Устройства же, будучи созданы в качестве человеческих орудий, тем не менее, отличаются уже иными свойствами и, что главное, не обладают субъективностью, внутренним миром. Не обладают, но начинают *определять положение дел*. Современные культурные индустрии оказались заложниками техники и информации, а люди стали как бы закономерно выпадать из них, что приводит к *абсурдности* той реальности, которая в результате создается.

Подводя итог нашему небольшому анализу культурных параметров реальности, создаваемой культурными индустриями, подчеркнем, что современные культурные индустрии – результат соединения технико-информационного развития с законами и принципами функционирования рыночного общества. Они, сохраняя связь с собственно культурной составной общественной жизни, являются не только мощным инструментом экономического развития, но и манипулятором сознания.

Характерной чертой культурных индустрий является их серьезное отдаление от повседневной человеческой жизни, перевод участника культуры в ранг «потребителя культуры», пассивного созерцателя предлагаемого контента. Культура творится теперь не народом, но профессионалами,



выполняющими не только развлекательные или духовные задачи, но в немалой степени-бизнес-проекты.

Культурные индустрии создают силами радио, телевидения, кино, видео-игр, моды, Интернета виртуальную «параллельную реальность», которая, имея опосредованное отношение к текущей человеческой жизни, претендует на статус зеркала этой жизни и одновременно лучшей модели жизни.

Культурные индустрии производят соблазнительный мир, где чувства, звуки, краски и образы гипертрофированы и оттого особо впечатляют. Это реальность повышенной экспрессии, она манит приключениями, позволяет обывателю чувствовать себя всемогущим, могучим, преодолевающим любые преграды – как пространственно-временные, так и статусные. Она создает возможность без лишних усилий занимать чужое место, становиться «звездой», просто обнажая свое тело и внутренний мир, вторгаться в чужое личное пространство – делать все то, что в обычной жизни запрещено, аморально или невозможно. Это сфера снятия запретов, которые человеческая культура вырабатывала веками, сфера, где порочность не опасна. Соблазн удовлетворения любых влечений нужен, чтобы осуществлялись постоянные продажи

(а реклама включена в любой контент), чтобы люди платили и зависели от культурных индустрий, выступающих как электронный гуру, руководящий и чувственными, и моральными, и политическими предпочтениями. Совершенно ясно, что реальность, создаваемая медиа и модой, не остается сама по себе, а сплетается с обыденной жизнью и становится ее частью. Искусство, транслируемое одновременно миллионам, не отражает жизнь, а создает ее.

Одной из существенных проблем развития культурных индустрий является чересчур активное включение в нее нейросетей и Искусственного интеллекта, которые последовательно создают абсурдную «безлюдную» реальность. Из обмена сообщениями начинают вытесняться живые пользователи – читатели и зрители. В результате люди оказываются заложниками выбора смыслов, который по механическим лекалам совершают электронные устройства (ИИ) и оказываются в круговороте имитационной информации.

Хочется выразить надежду, что великие информационно-технические изобретения человечества смогут в дальнейшем быть использованы более гуманным образом, чем манипуляция мировоззрением и латентное принуждение к покупкам.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва: Культурная революция; Республика, 2006. 269 с.
2. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. Москва: Добросвет, 2006. 558 с.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва: Добросвет, 2000. 387 с.
4. Вацлавик П. Психология межличностных коммуникаций. Санкт-Петербург: Речь, 2000. 298с.
5. Дарнтон Р. Поэзия и полиция. Сеть коммуникаций в Париже XVIII века Москва: Новое литературное обозрение, 2023. 192 с.
6. Дебор Г. Общество спектакля. Москва: Логос. 184 с
7. Дробышева Е. Э. Ценностные стратегии культурных индустрий // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 2(23). С. 106–114.
8. Дугин А. Г. Постфилософия. Три парадигмы в истории мысли Москва: Евразийское движение, 2009. 744 с.
9. Дьяков А. В. Жак Лакан. Фигура философа. Москва: Территория будущего, 2010. 560 с.



10. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. Москва: Фонд «Прагматика культуры», 2002. 160 с.
11. Жижек С. Чума фантазий. Харьков. Гуманитарный центр, 2012. 388 с.
12. Зеленцова Е. В. От творческих индустрий к творческой экономике // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. 2009. № 3 (35). С. 190–199.
13. Золотухина-Аболина Е. В. Онтологический парадокс культуры: виды проявления // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 2 (112). С. 14–23.
14. Ильенков Э. В. Философия и культура. Москва: Политиздат, 1991. 462 с.
15. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. Москва: Интрада, 1996. 253 с.
16. Ищенко Е. Н. Проблема реальности в философском и гуманитарном дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. 2005. № 2. С. 3–20.
17. Лакан Ж. Семинары. Книга 1–9. Москва: Гнозис: Логос, 1998–2019.
18. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. 4-е изд. Москва: Кучково поле, 2014. 462 с.
19. Мантуров О. С. Стратегии воображаемого: виртуальное реально // Ценности и смыслы. 2015. № 3 (37). С. 66–83.
20. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения. 2-е изд. Т. 3. С. 1–545.
21. Мунье Э. Персонализм // Мунье Э. Манифест персонализма. Москва: Республика, 1999. С. 459–539.
22. Пржиленский В. И. Реальность и истина в конструктивистской парадигме философии права // Lex Russica. 2015. Т. СII. № 5. С. 23–43.
23. Руднев В. П. Морфология реальности. Москва: Гнозис, 1996. 207 с.
24. Савельева К. В. Феномен культурных индустрий в философско-культурологическом дискурсе // Вестник КалмГ У. 2022. № 4 (56). С. 175–181.
25. Тросби Д. Экономика и культура. 2-е изд. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2018. 256 с.
26. Файхингер Г. Философия «как если бы». Система теоретических, практических и религиозных фикций человечества. [Электронный ресурс]. URL: <https://psychosearch.ru/biblio/filosof/hans-vaihinger>
27. Хезмондалиш Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш; пер. с англ. И. Кушнаревой. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. 455 с.
28. Хестанов Р. З. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196.
29. Цуканов Е. А. Гностическая концепция гиперреальности Жана Бодрийяра как ностальгия по симулякру // Вестник ВГУ. Серия Философия. 2021. № 3. С. 140–148.
30. Черников И. А. Креативные индустрии в контексте модернизационных процессов в российской культуре // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 5 (103). С. 92–103.
31. Шюц А. Проблемы природы социальной реальности // Шюц А. Мир, светящийся смыслом. Москва: РОССПЭН, 2004. С. 401–455.

*

Поступила в редакцию 22.08.2024



В ИРТУАЛЬНАЯ ГРАНИЦА КОМПЬЮТЕРНОЙ МУЗЫКИ

УДК 781.21

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-53-60>

Л. М. Грибанова

Международный славянский институт,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: snovamila@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена компьютерной музыке – части виртуального мира, который составляет один из трендов современной жизни. Автор дает развернутый анализ феномена виртуальности в компьютерной музыке как направленности к виртуальной границе – пределу эмпирической реальности и выходу в искусственный мир, приумноженный за счёт компьютерных технологий. Авторы компьютерной музыки создают виртуальный мир с иными ожиданиями, устремлениями и восторгами, чем у сочинителей/исполнителей/слушателей музыки, созданной в рамках онтологической и онтической границ. В статье характеризуются современные представления о компьютерной музыке как радикально новой по отношению к прошлой музыкальной традиции и независимой от естественной жизни человека. Искусственность компьютерной музыки означает переход от аналогового звука к цифровому, от коммуникации к замыканию в себе и к взаимодействию с электронно-компьютерной техникой. Особенность виртуальной границы – искусственность, неполнота, симуляция, децентрализация человека, его одиночество – проявилось в настоящее время именно с тотальностью технологически-компьютерного мышления. Преодолевая онтологическую и онтическую границы, компьютерная (инженерная) музыка выводит нас в искусственный мир, за пределами антропологического, характеристики которого еще предстоит уточнить.

Ключевые слова: виртуальная реальность, онтологическая граница, онтическая граница, виртуальная граница, компьютерная музыка, электронная музыка, цифровая музыка, искусственность.

Для цитирования: Грибанова Л. М. Виртуальная граница компьютерной музыки // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 53–60. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-53-60>

THE VIRTUAL BORDER OF COMPUTER MUSIC

Lyudmila M. Gribanova

International Slavic Institute,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: snovamila@gmail.com

ГРИБАНОВА ЛЮДМИЛА МИХАЙЛОВНА – кандидат педагогических наук, член Российского Эстетического Общества, профессор кафедры сольного пения вокального факультета, Международный славянский институт

GRIBANOVA LYUDMILA MIKHAILOVNA – CSc in Pedagogy, Member of the Russian Aesthetic Society, Professor at the Department of Solo Singing of the Vocal Faculty, International Slavic Institute

© Грибанова Л. М., 2024



Abstract. The article is devoted to computer music – a part of the virtual reality, which is one of the trends of modern life. The author gives a detailed analysis of the phenomenon of virtuality in computer music as a direction to the virtual border – the limit of empirical reality and the exit to the artificial world, multiplied by computer technology. The authors of computer music create a virtual reality with different expectations, aspirations and enthusiasms than the composers/performers/listeners of music created within the ontological and ontic borderies. The paper characterises contemporary conceptions of computer music as radically new in relation to past musical tradition and independent of natural human life. The artificiality of computer music means the transition from analogue sound to digital sound, from communication to closure and to interaction with electronic-computer technology. The peculiarity of the virtual frontier – the artificiality, incompleteness, simulation, decentralisation of the human being, his loneliness – has now manifested itself precisely with the totality of technological-computer thinking. Overcoming the ontological and ontic boundaries, computer (engineering) music takes us into an artificial world, beyond the anthropological one, the characteristics of which are yet to be clarified.

Keywords: virtual reality, ontological border, ontic border, virtual border, computer music, electronic music, digital music, artificiality.

For citation: Gribanova L. M. The virtual border of computer music. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 53–60. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-53-60>

Компьютерная музыка является частью виртуальной реальности, существуя в цифровом пространстве благодаря компьютерным технологиям. Осознание бытийного статуса компьютерной музыки должно опираться на понимание сущности и особенностей явления виртуального. С этой целью в статье решаются задачи: размежевание онтологической, онтической и виртуальной границ, определение бытийного статуса виртуальной реальности на основе понятия границы, характеристика компьютерной музыки как виртуальной реальности. Научная новизна работы связана с определением особого – неонтологического – статуса компьютерной музыки и с характеристикой проявлений её виртуальной границы.

Виртуальную реальность в современной науке понимают различно: как духовно-символическое образование, вторую объективную реальность, вторую природу, идеальное бытие вещи, информационную среду. Исследователь Д. О. Усанова (как и многие другие авторы) выделяет несколько типов осмысления категории «виртуальность», начиная с античности до наших дней. Это и мир идей Платона, и небытие И.-Д. Скотта, Ф. Аквинского,

и «Град божий» блж. Августина, и утопии Т. Мора, и психологические миры субъекта Дж. Мида, Ч. Кули, У. Томаса, и симулякры Ж. Бодрийара, и масс-медийный и информационно-технологический феномен П. Бурдьё, Н. Лумана и многое другое. Столь различные понимания виртуальности, однако, обобщаются, по мнению Д. Усановой, как инобытие, «мир, возведенный в ранг обновлённо-чудесной реальности» [8, с. 89].

Как видно, происходит смешивание под одной категорией виртуальности таких явлений, как, например, масс-медиа и «Небесное царство» средневековых мыслителей. К примеру, другой исследователь, О. И. Немыкина, отмечая множество подходов к виртуальной реальности, также отождествляет её с божественной реальностью [5, с. 55]. При таком смешении понятна мысль О. И. Немыкиной о том, что «виртуальная реальность обладает статусом бытия», хотя «бытия иного, отличного от естественного, материального» [5, с. 58]. Отмечаем определённое согласие в этом смешении многих авторов сегодня. Так, например, И. А. Николаев причисляет к виртуальности культурные и мистические явления, включая мифы, религии, филосо-



фию, этику, литературу и искусство. Отсюда И. А. Николаев наделяет виртуальность онтологичностью, несмотря на «нерегистрируемость», «короткоживучесть» и «недово- площённость» [6].

С. С. Хоружий – философ, создатель «си- нергийной антропологии», апологет энергий- ности, предлагает понятие «граница». Мно- гие исследователи виртуальности, ссылаясь на него, в особенности, на его раннюю работу «Род или недород?» [10], определяют её бы- тийный статус как распределение свободной энергии, как потенциальную возможность в противовес классическим представлениям о несуществовании и неактуализированности энергии, которая не перешла в осуществлён- ность. Именно это понятие, понятие границы, поможет нам оценить виртуальную реаль- ность и её бытийный статус.

Действительно, С. С. Хоружий пишет о первоначальном импульсе как о неустра- нимом бытийном этапе. Именно категория энергийности обуславливает концепт дина- мичности, размыкания человека, его откры- тости вовне. Однако это не значит, что любой импульс человека реален, а потому и онтологичен. Во-первых, учёный вводит категорию «граница» для того, чтобы обозначить адре- сата направленности энергийного импульса человека, чтобы понять, связан ли этот им- пульс с идентификацией и конституцией че- ловека или нет (антропологическая граница, по С. С. Хоружему, есть предел или горизонт существования человека). Во-вторых, он раз- деляет несколько горизонтов антропологиче- ской реальности, куда устремляется какой-ли- бо импульс. Как утверждает С. С. Хоружий, видов границ всего три:

- *онтологическая*, обращенная к пределу человеческого бытия (по ту сторону границы – иной род и способ бытия, ангельский, божественный);
- *онтическая*, связанная с уходом за го- ризонт сознания (за пределами грани- цы – изменённое, трансное состояние сознания, актуализация бессознатель- ного);

- *виртуальная граница*, уводящая от ре- альности в виртуальный мир (в мир «понарошку», несуществующий эмпи- рически и духовно, то есть мир, никак не связанный как с непосредственным опытом человека, так и с «Внеполож- ным Истоком») [9].

У виртуальности, таким образом, есть собственная граница, предел существования материальной и психической естественной эмпирической реальности. За этим пределом располагается виртуальная «реальность» (те- перь будем брать в кавычки это слово). Та- ковая не имеет ничего общего как со свято- стью, куда призваны христиане, с нирваной, куда устремляются буддисты и т. п., то есть никак не перекликается с реальностью он- тологической границы, так и с реальностью психических предельных жизненных пере- живаний, а также – патологий и трансных состояний, с проявлениями онтической грани- цы. Особенностью виртуальной реально- сти, по С. С. Хоружему, является неполнота, неопределённость бытия, зависимость от че- го-то извне, опосредованность, несамосто- ятельность, вторичность, «привативность по отношению к эмпирическим явлениям с недостатком определяющих его черт» [9, с. 41]. Виртуальная реальность иллюзорна, но при этом стремится заместить любую дру- гую реальность. Будучи неопределённым про- странством и нелинейным неисторическим временем, виртуальность лишь мифологи- зируется, выполняя функции религиозных институтов, о чём пишут М. М. Медведев и А. А. Сергеев [4].

Так, под виртуальностью мы будем по- нимать не столько энергийность вообще, не потенциальность как таковую, не любую недово- площённость, сколько этот самый «мир понарошку», искусственность, мир с недо- статком человеческого начала и без устрем- ления к «Внеположному Истоку». А именно, виртуальность есть сгенерированная с помо- щью электронно-цифровых и компьютерных технологий искусственная «реальность», под- меняющая собой какую-либо естественную



антропологическую и духовную реальность. Как замечает П. И. Браславский, разработчики виртуальной реальности ещё на заре её появления ставили себе цель «симулировать физический мир» и «протезировать чувственную реальность» [1, с. 24]. Смертность человека, необратимость времени и хрупкость жизни – эти «три якоря реальности», о которых пишет диссертант [1, 43–44], отсутствуют в виртуальной «реальности», что даже логически приводит, на наш взгляд, к ориентированности на человека лишь в последнюю очередь, к выстраиванию миров, свободных от психологии и тела. Как пишет П. И. Браславский, «современный статус человеческого тела во многом определяется компьютером» [1, с. 123].

Компьютерная музыка как виртуальная реальность есть такой же искусственный мир, отдельный от той музыкальной реальности, которую знало человечество на протяжении всей своей истории, которая исходила из недр антропологичности и сокровенных поисков и прозрений, являлась продолжением тела, души и духа человека. Наступила эра другой музыки. Её искусственная / виртуальная «реальность» представляет собой, во-первых, исключительную новизну вне какой-либо оглядки на традицию. Главный пафос для создателей компьютерной музыки заключается в «создании гармоничной и целостной амальгамы прекрасных образов Неведомого, Немыслимого, Непредставимого» [3, с. 18]. Во-вторых, искусственность, новизна и автономность компьютерной музыки настолько тотальны, что встают на место всей предыдущей истории музыки. Здесь наблюдается согласие многих исследователей. Например, Э. Р. Дарчиняц пишет, что компьютерная музыка «фактически является генератором зарождения и развития нового, современного типа музыкального фольклора [3, с. 37]. В. В. Громадин предрекает, что вообще цифровая музыка, и в частности компьютерная, «может полностью заменить собой реальный аналоговый мир звуков, заменить естественное акустическое пространство нашей планеты» [2, с. 77].

Прежде, чем развить этот тезис, определим феномен компьютерной музыки. Под термином «компьютерная музыка» мы понимаем то, что современный композитор Олег Пайбердин назвал «инженерной музыкой». Таковая в корне отличается от музыки, которую сочиняет, симультанно представляет, записывает композитор или которую сочиняет «народ», вариативно её перепевая или играя. Будем компьютерную/инженерную музыку отличать также от цифровой и электронной музыки. Последняя – предшественница компьютерной музыки. «Компьютер стал универсальным музыкальным инструментом, вобравшим в себя весь опыт электронной музыки в области синтеза звука» [7, с. 5]. Цифровая музыка, как верно обобщает В. В. Громадин, есть универсальный термин для охвата всего спектра явлений, «существующих в рамках глобального цифрового информационного пространства с цифровым способом фиксации» [2, с. 251]. Цифровая музыка (то есть всё то, что оцифровано, в том числе и, например, классическая музыка) шире, чем компьютерная музыка. Мы думаем, что критерием именно компьютерной музыки является её способ создания, структурные особенности и способ существования.

Способ создания и исполнения традиционной музыки (под этим термином будем иметь в виду академическую, богослужебную, фольклорную и популярную эстрадную музыку) связан с жизненными импульсами человека, с реальностью живого голоса или инструмента, сконструированного по образцу голоса или тела человека, с интонацией и интонационным процессом, с настроением человека, его устремлением ввысь, вдохновением, сиюминутностью, с движением смычка, например, и так далее. Способ создания и исполнения компьютерной/инженерной (можно продолжить – алгоритмической, звукорежиссёрской) музыки не опирается, прежде всего, на живые импульсы и процессы, они растворяются в заданности программ, процессоров, «лайфэлектроники». Такая музыка обретает собственные структуры,



требует особого восприятия. Как поясняет в одном интервью современный крупный композитор-инженер Николай Попов, компьютерная музыка есть сгенерированная музыка. Её авторов, как он рассказал, интересует прохождение материала через различную обработку и компьютерную препарацию. Таким материалом является любой звук из реального мира или из музыки прошлого (так, например, в его мультимедийной опере «Curiosity» цитата из «Весны священной» И. Стравинского переработана по компьютерным алгоритмам). Видим здесь ту вторичность виртуальной реальности, о которой мы писали выше. Использование цитат, аллюзии, стилизация и другие подобные явления в академической музыке не в счёт, так как они оказываются частью традиционного способа сочинения, вступают во взаимодействие с мыслью/чувством/устремлением композитора, который порождает нечто в целостности и развёртывании интонационного процесса. Средство композитора с используемым материалом обогащает, вдохновляет, провоцирует сочинение, импровизацию, перепев. Здесь же способ создания таков, что автор не сам «перерабатывает» понравившийся источник, но это делает техника, потому он не знает наперёд, какой будет результат. Взяв звук или цитату, композитор-инженер дальше действует уже по законам компьютерного и цифрового пространства. Он, как сказал Н. Попов, призван искать то, чего никогда не делал, никогда не слышал, испытывать восторг от неожиданности новых звучаний, от алгоритмической работы над материалом, от его преломления. Таким образом, под компьютерной музыкой мы понимаем феномен создания музыкального продукта (проекта) как процесс препарирования, синтеза, наложения различных звуковых данных в тех или иных компьютерных программах с непредсказуемым и случайным для автора результатом.

Вернёмся к искусственности компьютерной музыки. Виртуальная граница указывает на её радикальную автономность от есте-

ственной, антропологической реальности, несмотря на использование материала оттуда. Попытаемся раскрыть, в чём проявляется этот уход от естественности и человека в компьютерной музыке.

Прежде всего, происходит уход от аналогового пространства. Как известно, аналоговый способ фиксации звука означает перевод сигнала в аналогичное колебание. Аналоговые преобразования характерны для нашего естественного мира: например, наше восприятие является аналоговым, допускающим определённые искажения; цифровой же означает перевод сигнала в цифры и затем их передачу. «Каждое аналоговое преобразование, – пишет В. В. Громадин, – изменяет сигнал: сигнал на “входе” в аналоговую систему (будь то радио или наши органы чувств) не совпадает с сигналом на “выходе”. <...> Музыка же, существующая непосредственно в цифровом пространстве, будет одинаково звучать вне зависимости от сиюминутных акустических условий, индивидуальных особенностей инструмента <...>. И музыка будет передана от композитора к исполнителю без изменений и недоговорок» [2, с. 30].

Стерильность звуковая соответствует стерильности взаимодействия человека с компьютерной музыкой. Особенностью её существования является отсутствие коммуникации – того, без чего не может жить прежняя традиционная музыка. Слушание компьютерной музыки оказывается сугубо личным актом, не предполагающим то неуловимое, ту искру, то общение, чем отличается, например, концерт с живыми исполнителями. Компьютерная музыка, как пишет В. И. Громадин, «может существовать без премьерного шума, без разговоров в антракте, без обсуждений, без ощущения причастности к действию, без визуального ряда (исполнители, фраки, торжественная атмосфера, тишина в зале, затаённое дыхание публики и т. п.)» [2, с. 38]. Далее диссертант делает неутешительный вывод о том, что такая музыка «становится способом надёжного и быстрого разъединения людей» [2, с. 39].



Разрывается не только коммуникация извечной триады как условие существования прежней музыки – композитор, исполнитель, слушатель, видоизменяется сам человек, переходя от естества, природы к киборгу, то есть к симбиозу «человек-компьютер». Это касается и композитора: как пишет В. В. Громадин, «любой современный композитор, сочиняющий с помощью компьютера, уже практически киборг» [2, с. 139]. Исполнитель в компьютерной музыке либо исчезает, уступая место машине («как бы вы ни старались, машина в состоянии сыграть лучше» [2, с. 225], виртуознее и дешевле – в виде вокалоидов или электронных заместителей любого инструментария), либо подчиняется ей. Например, исполнение под фонограмму неудобно, несвободно: «Нельзя взять темп чуть медленнее в каком-то месте, нельзя задержаться на фермате, нельзя разойтись хоть на йоту» [2, с. 216]. Слушатель, в отличие от исполнителя, не исчезает в виртуальной реальности компьютерной музыки (хотя её объём, превышая возможности человеческого познания, может быть охвачен лишь искусственным интеллектом). Исследователи виртуальной реальности любят писать о её перформативности и интерактивности [1, с. 76]. Применительно к музыке – об активной включённости в музыкальный процесс слушателя, даже если он просто сделал тише звучание на своём телефоне. В виртуальной реальности компьютерной музыки «добавляется возможность каждому слушать любую музыку как угодно и где угодно» [2, с. 120]. Однако, как пишет П. И. Браславский, «часто интерактивность выглядит как простой карточный фокус» [1, с. 81]. Активность слушателя чаще всего заключается лишь в выборе фоновой музыки.

Искусственность компьютерной музыки проявляется также в построении мира вне иерархии, свойственной всему живому. Прежняя музыка существовала в иерархичной системе: традиционное высокое искусство было и «воспринималось как нечто стоящее над культурой, как бы несущее “свет истины”».

В цифровом инфопространстве все составляющие уравниваются: если нет иерархии, то нет и высокого искусства как такового» [2, с. 125]. Уравненность любой музыки не только в цифровом пространстве, но и в компьютерной музыке привела к «потере смысла делить композиторов на гениальных, талантливых, обычных, бездарных и т. п.» [2, с. 211]. Так, компьютерную музыку создают не только профессиональные «обычные» композиторы (А. Родионов, Б. Тихомиров, Н. Попов, Д. Курляндский, Х. Циммер, А. Раимкулова, Тан Дун), но и дилетанты: «почти любой человек при наличии желания, трудоспособности и определённом уровне владения аппаратурой и оборудованием в состоянии написать “сложную”, “экспериментальную” композицию» [2, с. 211].

Исследователи виртуальной реальности согласны в том, что разница между естественным и искусственным сегодня размывается. Это происходит в науке – «натура становится объектом технических манипуляций, природа как таковая в принципе уравнивается с продуктом техники (генная инженерия, биотехнология» [1, с. 68]. Это происходит и в антропологии – «киберпространство размывает понятие цельного “я”, делает осязаемым деконструкционистский “децентрализованный субъект”; на место единого субъекта приходит множество соперничающих агентов, “коллективный разум”, набор разрозненных образов без координирующего центра» [1, с. 68]. Это уже факт нашей жизни, в том числе и факт музыкальной современности. Мы попытались проанализировать проявления виртуальной границы компьютерной музыки, увидеть искусственность, неантропологичность таковой, причём не связанную с духовными устремлениями (ибо приобщение, например, к какой-либо духовной традиции тоже приводит к некоторой искусственности, но вызванной подражанием Иному бытию. Виртуальная реальность, как утверждает С. С. Хоружий, есть «недо-Иное» [9, с. 42]).

Мы попытались также размежевать её с естественным, прежним, традиционным на-



чалом в музыке, чтобы выделить сам феномен компьютерной музыки. Это нам дало осознание того, что она, направленная к виртуальной границе, есть принципиально другая, чем музыка, которую писали композиторы, но не инженеры, и продолжают пока писать, устремляясь к онтологической границе (например, меняя собственный образ бытия на ангельский – вспомним тут святых песнословцев, или приобщаясь, прямо или опосредованно, к соответствующей традиции) или к онтической границе (желая, например, приблизиться к трансовому состоянию). Однако это не значит, что в рамках компьютерной музыки невозможно написать, например, «божественную» музыку. В. С. Ульянич верит, что новая художественно-выразительная среда компьютерного музыкального искусства «приближает нас к идеалам духовного Космоса» [7, с. 24]. Многие создатели компьютерной музыки претендуют на сакральность, духовный посыл. Но, на наш взгляд, в этом случае надо говорить о гибридности границ – виртуальной и онтологической.

Кроме того, наше исследование виртуальной границы компьютерной музыки показало отдельность её бытийного статуса, не смешанного с какой-либо ментальной, мифологической, религиозной, художественной, музыкальной реальностью. Особенность виртуальной границы – искусственность, неполнота, симуляция, децентрализация человека, его одиночество – проявилось

в настоящее время именно с тотальностью технологически-компьютерного мышления. Что же до перечисленных других реальностей, то в них действовала, как справедливо и весомо утверждает С. С. Хоружий, прежде всего, онтологическая или онтическая границы. Учёный пишет о доминирующей топике этих двух границ в прежние века и эпохи [9, с. 359]. Антропологическая реальность в прошлом, будучи пластичной, нежесткой и живой, несомненно, включала в себя и виртуальную границу уже в силу «неэссенциального», энергичного характера любой трансляции [9, с. 357], но именно в конце XX века приходит «Человек Виртуальный» [9, с. 345], что говорит о смене доминанты антропологической границы, о действии виртуальной границы сегодня в (само)идентичности человека, в культуре, в частности, в музыке. Возникновение инженерной, не композиторской музыки, отвечает такой доминанте. Отдельность такой музыки от всего прошлого с великим оптимизмом обосновывает В. С. Ульянич – создатель так называемого «ладозвонного пространства-времени». В её основе лежит, как пишет диссертант, «принципиально новый музыкально-технический базис создания, обработки и организации звукового материала» [7, с. 5]. Такова музыка настоящего времени и, как оптимистично утверждает В. С. Ульянич, такова «величайшая музыка будущего, что грядёт в наш земной мир» [7, с. 24].

Список литературы

1. *Браславский П. И.* Технология виртуальной реальности как феномен культуры конца XX – начала XXI веков: дис... канд. культурологии. Екатеринбург, 2003. 163 с.
2. *Громадин В. В.* Феномен музыки цифрового века: вопросы теории: дис... канд. искусствоведения. Москва, 2010. 313 с.
3. *Дарчинянц Э. Р.* Освобождённая музыка: практическое руководство для музыкально-компьютерного моделирования. Москва: Спутник+, 2014. 160 с.
4. *Медведев М. М., Сергеев А. А.* Мифологизация функций виртуальной реальности // *Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований.* 2023. № 1 (9). С. 103–109.
5. *Немыкина О. И.* Понятие виртуальности в философском контексте // *Известия высших учебных заведений. Поволжский район. Гуманитарные науки. Философия.* 2011. № 1 (17). С. 53–62.



6. *Николаев И. А.* Виртуальность как естественнонаучный, технический и культурный феномен: дис... канд. философ. наук, Саратов, 2004. 149 с.
7. *Ульянич В. С.* Компьютерная музыка и освоение новой художественно-выразительной среды в музыкальном искусстве: автореф. дис... канд. искусствоведения. Москва, 1997. 24 с.
8. *Усанова Д. О.* Виртуальность культурного пространства: ключевые вариации осмысления // Челябинский гуманитарий. Серия Философия, Социология, Культурология. 2012. № 3 (20). С. 89–93
9. *Хоружий С. С.* Очерки синергичной антропологии. Москва: Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2005. 408 с.
10. *Хоружий С. С.* Род или недород? Заметки к онтологии виртуальности // Вопросы философии. 1997. № 6. С. 53–68.

*

Поступила в редакцию 17.08.2024



М ОТИВЫ ОТВРАЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ КАК СИГНАЛ БЕДСТВИЯ И ИСХОДЯЩЕЙ УГРОЗЫ

УДК 130.2

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-61-66>

М. А. Григорьева

Издательство «Ставролит»,
Ставрополь, Российская Федерация,
e-mail: info@stavrolit.ru

Аннотация. В статье предлагается разбор мотивов отвращения в современном искусстве. Представленный в работе подход и авторская интерпретация приведенных концептуальных оснований позволяют актуализировать процесс трансформации образа мышления в части ценностных установок, процедуры обработки информации и коммуникации. Необходимость исследования обусловлена неоднозначными оценками перспективы, в направлении которой идет поиск художественной формы и визуального выражения, то есть через образы насилия, эстетизацию отвратительного и трансформацию фигуры отталкивающего в притягательное. Фигура отвратительного, с одной стороны, представляет собой сигнал бедствия о положении культуры, об упадке ценностных ориентиров, с другой стороны, сам представляет угрозу.

Ключевые слова: современное искусство, мотивы отвращения, феноменология, визуальные образы, коммуникативный вред, феноменология восприятия визуального, фундаментальная схема отвращения.

Для цитирования: Григорьева М. А. Мотивы отвращения в современном искусстве как сигнал бедствия и исходящей угрозы // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 61–66. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-61-66>

MOTIFS OF DISGUST IN CONTEMPORARY ART AS A SIGNAL OF DISTRESS AND AN OUTGOING THREAT

Marina A. Grigorieva

Publishing house "Stavrolite",
Stavropol, Russian Federation,
e-mail: info@stavrolit.ru

Abstract. The article offers an analysis of the motives of disgust in contemporary art. The approach presented in the work and the author's interpretation of the given conceptual foundations make it possible to update the process of transformation of the way of thinking in terms of value systems, procedures for processing information and communication. The need for research is due to ambiguous assessments of the perspective, in the direction of which there is a search for artistic form and visual expression, that is, through

ГРИГОРЬЕВА МАРИНА АНАТОЛЬЕВНА – кандидат политических наук, шеф-редактор журнала «KANT»,
Издательство «Ставролит»

GRIGORIEVA MARINA ANATOLIEVNA – CSc in Political Sciences, Chief-editor of the scientific journal
«KANT», Publishing house «Stavrolite»

© Григорьева М. А., 2024

images of violence, the aestheticization of the disgusting and the transformation of the figure of the repulsive into the attractive. The figure of the disgusting, on the one hand, represents a distress signal about the state of culture, about the decline of value guidelines, on the other hand, he himself represents a threat.

Keywords: contemporary art, motives of disgust, phenomenology, visual images, communicative harm, phenomenology of visual perception, fundamental scheme of disgust.

For citation: Grigorieva M. A. Motifs of disgust in contemporary art as a signal of distress and an outgoing threat. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 61–66. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-61-66>

Актуализируя кантовский вопрос о просвещении, Мишель Фуко настаивает на том, что прежде, чем приступить к проблеме, нам нужно разобраться с тем, что происходит сегодня и «что стоит за этим «теперь»» [19, с. 563]. Таким образом, попытка нащупать симптомы современного состояния мышления и культуры, искусства и поведения с точки зрения неясности настоящего неизбежно приводит к тому, что оказывается на горизонте в виде ориентира. Мутация, произошедшая в искусстве, обусловлена не только эстетическими исканиями нужных форм для высказывания, но и эффектами коммуникации, и давлением, которое оказывает экономика, оценивающая художественный процесс, прежде всего, как производственный с сопутствующими тратами и исчислением рентабельности.

В невозможности достичь абсолютно нового эксперименты в искусстве сегодня, как правило, выдают только усилия и напряжение, с которыми идет поиск формы с более или менее внятыми очертаниями. В итоге, как пишет Роналдо Брито, мы можем наблюдать не столько современное искусство, сколько пространство современности, очевидно, не успевшее обзавестись «четкой фигурой с полностью определенными рамками» и представляющее собой своеобразный «подвижный луч, который еще представит обучить» [11, с. 213] взгляду на объекты. Можно сказать, что современное искусство не является набором того, что художественно создано в тот период, в котором мы живем, а в большей степени относится к акту нарушения устоявшейся границы между тем, что допустимо в области искусства, и тем, что недопустимо или что до сих пор не разрешено. В общем и целом, вторжение

нового в искусстве, как правило, имеет притязания на пересмотр границ и расширение своего пространства.

Искусство как попытка человека осмыслить свое существование через осознание и принятие уязвимости плоти, постижение сопутствующих угроз, разрастающихся под гнетом трансформационных процессов, неизбежно вращается вокруг этих тем. В центре всегда оказывается человеческая фигура. Подобно тому, как наскальная живопись служила не только учебным пособием для будущих охотников и представляла собой собрание каменных полотен пещерной выставки, объединенных нарративом тревоги, ранние анатомические изображения, помимо того, что отвечали на запрос медицинской практики, переместили исходящую угрозу из вне во внутрь. С появлением анатомических атласов, начиная с «Человеческой телесной фабрики» Андреаса Везалия в 1543 году [12, с. 6], тело и его тихая внутренняя жизнь стали фундаментальным предметом внимания искусства и основой крепкого союза искусства и анатомии. «Телесная фабрика» Везалия была проиллюстрирована нидерландским художником Яном Стефаном ван Калькаром, работавшим в венецианской мастерской Тициана, поэтому без труда достигла желаемого успеха в этом *драматическом повороте с позиции видимого к скрытому*. Микроскопия становилась все более популярной, а рентгеновские лучи в 1895 году предоставили уникальный способ «визуального» доступа к внутренним органам. Виды истины, которые взаимно искали художники и медики, лежали не только внутри и под поверхностью вещей, но в чем-то, недоступном проверке. Поворот также означал развенчание прежней концепции прославления



тела-крепости с его атлетическими формами: когда покров тела пал и обнажил его тотальную незащитность перед громадным миром, тело было фактически посрамлено. Его внутреннее устройство со всей очевидностью обнаружило предельное сходство с тем, что после удачной охоты разделявают на кухонном столе. Пугающая близость этих образов заставляла зрителя, парализованного этим открытием, смотреть, не отводя взгляда, и при этом мучиться отвращением от увиденного.

Плоть в искусстве и ее «распахнутость», прежде всего, стремится обнажить порочные стороны человеческой природы, такие как чревоугодие, алчность, лживость, леность, гордыня и другие. Следуя приемам анатомии, искусство препарирует человеческую плоть в надежде отыскать их внутри тела и «удалить» их оттуда. Таким образом, мотивы отвращения находят отражение как символ нравственного разложения и несовершенства человеческой натуры, что делает их предметом исследований. В том числе фигура отвратительного и неотвратимого зрелища убедительно представлена на страницах книги «Теория и история сильного ощущения» немецкого компаративиста профессора Винфрида Меннингхауса в 1999 году. Приступая к анализу новой теории «прекрасного», Меннингхаус во многом полагается на Аурела Колнаи, Пола Розина и Вальтера Беньямина, для которых отвращение закодировано в нас эволюцией и выступает на поверхность всякий раз, когда дело доходит до прикосновений.

Собственно, прикосновения, на которых Беньямин останавливается в главе «Перчатки» из «Улицы с односторонним движением», связаны с узнаванием и, как итог, с разоблачением искусно подавляемого животного начала. «Смутное сознание звериного родства» [2, с. 13], как он пишет, рождает инстинктивный рефлекс отстраниться, чтобы сохранить свою анонимность, статус стороннего наблюдателя и, наконец, чувство достоинства и превосходства над животным. Именно эта идея и приводит Меннингхауса к заключению о том, что фундаментальная схема отвращения строится из «переживания нежелательной близости» [16,

с. 1]. Тем не менее, избегание прикосновения не ставит объект отвращения в полную изоляцию. Удерживая его на безопасной дистанции, мы вынуждены осуществлять надзор, контролировать его перемещения или следить за тем, чтобы объект соблюдал режим покоя, вверив его своему оптическому аппарату глаза. Состояние тревоги и острый кризис самосохранения перед лицом того, что вызывает у нас при встрече нечто кардинально противоположное симпатии, не оставляет и тогда, когда оно стабильно неподвижно.

Феноменологическое объяснение отвращения, обозначенное Аурелом Колнаи, связывает напоминание о нашем животном происхождении с проблемой неминуемой трансформации, которую претерпевает живая материя. В его интерпретации, природе отвращения присуща идея утраты жизненной силы, воплощающаяся в разложении, гниении, тлении и распаде. Иначе говоря, только то, что вызывает представление о жизни, может спровоцировать к себе неприятные чувства на момент перехода в другое состояние, происходящего не мгновенно, а в мучительной длительности. Смерть ужасает, как пишет Колнаи, не только потому, что она источает запах, но и потому, «что это не конец процесса жизни, а только часть цикла вечного возвращения» [14, с. 16, с. 18], когда плоть, обращенная к смерти, становится топливом для личинок и бактерий, обеспечивая собой их существование. Поэтому отвратительное, по его словам, «беременно смертью», и следовательно, неподвижность объекта обманчива и сопряжена с потенциально исходящей от него угрозой. И прежде всего, угрозой, что этот объект окажется к нам слишком близко и инициирует прикосновение. Версия, которой, вслед за Колнаи, намерена придерживаться и Мойца Кюплен из Университета Теннесси, состоит в том, что поиск принципиально человеческих способов существования представляет попытку «скрыть животность наших биологических процессов» [15, с. 3–4]. Между тем, парадоксальным образом сюжеты, считанные поверхностно и в искаженном виде, находят отражение в визуальном искусстве под предлогом того, чтобы « подгото-

вить человека к смерти, вспахать и взрыхлить его душу» [9], но игнорируя ключевой элемент, выведенный Андреем Тарковским, – чтобы сделать душу способной к добру.

Обращаясь в 2003 году к вопросу, зачем мы «смотрим на чужие страдания» [8], Сьюзен Сонтаг приводит военно-полевые снимки и кадры с мест преступлений в качестве образов, преследующих цель констатировать конечность на фоне непрекращающихся поисков форм вечной жизни и возможностей ее эксплуатации в будущем. Аспект эксплуатации неизбежно отсылает к приемам обращения, запечатленного в образе, и тому, как устроены властные отношения между адресантом и адресатом, иначе говоря, между соблазнением и сопротивлением навязываемой фантазии, вторгающейся с готовой инструкцией ее применения. Наилучшим примером сонтаговской «политики злоупотребления» выступает пространство выставки, задающее и консервирующее строгий дискурс микроскопического режима власти, в котором образы довлеют над сознанием зрителя. [10, с. 28] Создавая предписанные способы видения, контекст выставки одновременно отрицает другие способы восприятия, уводя адресата от идеи искусства к получению опыта *травмы*. В момент, когда зритель оказывается в просторных залах галереи, стены которой увешаны стенающими и обезображенными выражением ужаса лицами на полотнах, он оказывается безнадежно погружен в единственную реальность – реальность их страдания и безысходности. Очевидно, после завершения осмотра и после того, как он покинет галерею, безутешные мученики, наподобие тех, что томятся на полотнах Кена Карри, Тацусимы Юко, Дженни Сэвилл и Здислава Бексиньского, примутся преследовать его повсюду долгие годы. В конце концов, ему придется забыть о беззаботном созерцании мира и переехать в приемные покои психотерапевта, чтобы тот, в свою очередь, смог нанести ему новые неизлечимые травмы.

Независимо от способа проникновения, каким поступает к нам образ, вызывающий ощущение острой неприязненности – через обоняние, прикосновение или предлагая себя

визуально, – он непременно воздействует на всю нервную систему, которая мгновенно считывает его как сигнал исходящей угрозы. В этом смысле, защитный механизм состоит в своевременном произнесенном слове «нет», то есть до того, как образ неожиданно и неконтролируемо атакует и станет нашим неотлучным спутником. Но каким бы избирательным ни был наш способ выбора, на что смотреть, столкновение с видом отвратительного неизбежно, в связи с чем ему требуется отдельный разбор, не только в контексте спора, который оно ведет с прекрасным [4; 5; 6; 7], в том числе в области видения искусства, но и в том, чтобы интерпретировать источник его появления в искусстве.

Таким образом, вид отвратительного в искусстве воплощает всевозможные страхи перед горизонтом нестабильного будущего, а также через разомкнутую фигуру тела, не имеющего ни фасада, ни непроницаемой поверхности. Его образ во многом оказывает давление на то, каким мы обнаружим мир, переступая порог на выходе из галереи или кинотеатра. Эстетизированное отвратительное, не способное предложить ничего, кроме насилия, травм и боли, отсекает зрителю путь к возможностям, которые может подарить путь созидания и будущее как таковое.

Современное искусство, сосредоточенное на мотивах разрушения, уходит в такого рода бессвязность, когда зрителю предлагают рассматривать не фасад дома, а каркас, оставшийся после пожара. Принцип горящего дома, по версии Джорджо Агамбена, отсылает к «фундаментальной проблеме архитектоники» [1, с. 49], согласно которой, искусство, достигнув предельной точки «сборки», вершины мастерства, переходит к стадии разбора целого на части и делает видимым свой изначальный проект. Медицинские атласы, преследующие ту же цель, что и архитектурные проекты в построении зданий, во многом задали направление критического осмысления непроницаемой структуры вещей и стремление насильственно нарушить запрет на вторжение. Но до тех пор, пока отвращение не окончательно вытеснено из языка базовых эмоций, можно надеяться, что симптом современности как «бо-



лезни» – как эпохи изобилия и распространения искаженных явлений – еще поддается лечению. Траектория этого преодоления, по ожиданиям Винфрида Меннингхауса, сходится к необходимости возвращения к *«размышлению без отвращения»* [16, с. 11], что подразумевает размышлять, не прибегая к посредничеству угнетающих воображение образов. В пользу этого должен служить спад барьеров, которые делали наиболее привлекательным запретное или недоступное.

В итоге снятие ограничений на демонстрацию образов отвратительного дает надежду на новое обращение к возвышенному. Кроме того то, что возвышенное сможет вновь обрести свой голос, обусловлено хрупким положением переживания прикосновения, стремящегося к статистическому минимуму на фоне сведения каналов общения в область цифрового поля без какого-либо прямого телесного контакта [3]. Ситуация, ставшая привычной в частной сфере и в профессиональной жизни, объясняет ту огромную потребность в позитивных переживаниях чувств, находящихся на грани исчезновения и вытесняемых опытами по изучению плотного и интенсивного континента примитивного телесного восприятия.

Теория цивилизации, по-видимому, до сих пор мало интересовалась этой «трещиной» в стене нормативного, к которой вполне может привести сознательное игнорирование или, по крайней мере, значительное преуменьше-

ние роли правил поведения и понятия «принадлежности» и встроенности в общество. И смысл этой подрывной работы, скрытый за намерением разоблачить истинную природу вещей, был направлен на дестабилизацию в социальных процессах, угнетение и подавление таких позитивных конструкций, как счастье, любовь, восторг, интерес к жизни, уверенность, энтузиазм, ощущение безопасности, которые определяют нашу связь с воспоминаниями, ощущением близости и сопричастности общей истории. Их отступление кардинально меняет мышление и, следовательно, дезориентирует в пространстве, парализует воспоминания, навязывает чувство бесприютности, снабжает синдромом хронической усталости и потерей потребности в привязанностях. Тем временем, каркас жизненного устройства стоит ничем не прикрытый, а запреты и правила совместного культурного проживания не единожды осквернены их несоблюдением в поисках познания глубины и истины, открытие которой якобы скрывается за пределами символического порядка, наподобие несметных сокровищ, спрятанных под фундаментом дома. В такой ситуации ничего не остается, как признать, что дом был разрушен напрасно, эстетизированное отвратительное – не более, чем отвратительно, а его власть направлена, прежде всего, на подавление инстинктов жизни и нарушение норм и правил нашего совместного проживания.

Список литературы

1. Агамбен Дж. Человек без содержания / пер. с итал. С. Ермакова. Москва: Новое литературное обозрение, 2018. 154 с.
2. Беньямин В. Улица с односторонним движением. Берлинское детство на рубеже веков (третье издание): сборник из двух текстов мемуарного характера, анализирующих повседневность / пер. Г. Снежинской. Москва: Ад Маргинем, 2012. 192 с.
3. Григорьева М. А. Расщепление коммуникативного поля на шум и молчание: трудности диалога и разобщение // KANT. 2020. № 4 (37). С. 253–260.
4. Медведев А. А. Актуализация безобразного и отвратительного в арт-практиках постмодернизма // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 1(63). С. 71–75.
5. Погудина Т. В. Безобразное как предмет искусства // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2019. № 1. С. 94–103.



6. *Рева Г. В., Цергой Т. А.* Эстетизация безобразного в искусстве // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2018. № 1 (212). С. 213–219.
7. *Стругова Е. А.* Эстетическая аналитика отвращения: историко-философский и содержательный аспект // Манускрипт. 2023. Вып. 16, № 1. С. 38–44.
8. *Сьюзен С.* Смотрим на чужие страдания / пер. В. П. Голышева. Москва: Ад Маргинем, 2014. 96 с.
9. *Тарковский А. А.* Запечатленное время. Архивы. Документы. Воспоминания. Москва: Эксмо-Пресс, 2002. 464 с.
10. *Якимович А. К.* Экстремальные версии раннего авангарда. Смыслы и послания // KANT: Social science & Humanities. 2023. № 4 (16). С. 26–36.
11. *Brito R.* O moderno e o contemporâneo – o novo e o outro novo // In: Arte Brasileira Contemporânea-Caderno de Textos 1. Rio de Janeiro: Funarte, 1980. Pp. 202–215.
12. *Doyle J.* Cybersurgery and Surgical (Dis)embodiment: Technology, Science, Art and the Body. Special Issue on Walter Benjamin and the Virtual // Transformations. 2007. Vol. 15. Article 03. Pp. 1–15.
13. *Foucault M.* Dits et écrits, «Qu'est-ce que les Lumières?». Paris, Gallimard, 1994. Vol. IV. Pp. 562–578.
14. *Kolnai A.* On Disgust / Ed. by Barry Smith, Carolyn Korsmeyer. Chicago: Open Court, 2004. 130 p.
15. *Kuplen M.* Disgust and Ugliness: a Kantian Perspective // Contemporary Aesthetics. 2011. Vol. 9, Article 10. URL: https://digitalcommons.risd.edu/liberalarts_contempaesthetics/vol9/iss1/10/
16. *Menninghaus W.* Disgust: Theory and history of a strong sensation / translated by Howard Eiland and Joel Golb. New York: State University of New York Press, 2003. 480 p.

*

Поступила в редакцию 24.07.2024



МЕДИА ФЕНОМЕН «ТЕАТР В КИНО»: ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ

УДК 008

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-67-75>

В. В. Бациев

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: valentin.batsiev@gmail.com

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются основы взаимодействия кинематографа и театра, которые в процессе синтеза рожают новый медиа феномен – «Театр в кино». В статье используется генетический подход, дающий представление о феномене с точки зрения его возникновения и дальнейшего развития. Также автор применяет семиотический подход, анализируя режиссерские и операторские методы, используемые для трансляции театральных представлений на экране, и приемы, обеспечивающие погружение зрителя в сценическое пространство. В статье представлена история развития театральных трансляций, методы переноса, положительные и отрицательные аспекты восприятия спектаклей через экран. В заключении анализируется перспектива долгосрочного существования феномена «Театр в кино».

Ключевые слова: театр в кино, театральная трансляция, медиа феномен, медиакультура, синтез искусств, зрительское восприятие, режиссер трансляции, альтернативный контент.

Для цитирования: Бациев В. В. Медиа феномен «Театр в кино»: принципы создания и восприятия // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 67–75. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-67-75>

THE MEDIA PHENOMENON "THEATER IN CINEMA": PRINCIPLES OF CREATION AND PERCEPTION

Valentin V. Batsiev

Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: valentin.batsiev@gmail.com

Abstract. This article examines the basics of interaction between cinema and theater, which in the process of synthesis give rise to a new media phenomenon – "Theater in cinema". The article uses a genetic approach that gives an idea of the phenomenon in terms of its origin and further development. The author also applies a semiotic approach, analyzing the directing and camerawork methods used to broadcast theatrical perfor-

БАЦИЕВ ВАЛЕНТИН ВИКТОРОВИЧ – аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Институт государственной службы и управления, кафедре ЮНЕСКО

BATSIEV VALENTIN VIKTOROVICH – Postgraduate student, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Institute of Public Administration and Management, UNESCO Chair

© Бациев В. В., 2024



manances on the screen, as well as techniques that ensure the viewer's immersion in the stage space. The article examines the history of the development of theatrical broadcasts, transfer methods, positive and negative aspects of the perception of performances through the screen. In conclusion the prospect of the long-term existence of the "Theater in Cinema" phenomenon is analyzed.

Keywords: cinema theater, theatrical broadcast, media phenomenon, media culture, synthesis of arts, audience perception, broadcast director, alternative content.

For citation: Batsiev V. V. Media phenomenon "Theater in Cinema": principles of creation and perception. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 67–75. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-67-75>

Актуальность исследования феномена «Театр в кино» обусловлена множеством факторов. Во-первых, этот феномен привлекает внимание своей обращенностью к новому зрителю, поскольку его синтетическая природа, основанная «на стыке» различных искусств, созвучна установкам на открытость коммуникации и восприятия. Во-вторых, обращение к современным технологиям расширяет палитру возможностей для самих создателей этих кинотеатральных продуктов, способствует зарождению новых феноменов в художественной сфере. «Театр в кино» – один из первых в этом ряду. В-третьих, что немаловажно, хотя скорее и продиктовано практической ориентацией медиа феномена «Театр в кино», – это расширение и привлечение новой аудитории в театральные залы, «запуск» механизмов вовлеченности людей в мир театрального искусства, а также – доступности. Дело в том, что современный зритель сталкивается в театре с рядом проблем – от высокой стоимости билетов на качественные театральные постановки до разрушения этических рамок организации просмотра в зрительном зале. На наш взгляд, кинотеатры снимают эти барьеры, предоставляя возможность наслаждаться театральным искусством в более комфортной обстановке со съемкой с лучших мест в театральном зале.

Театр в кино также способствует культурному обмену между странами. Он позволяет зрителям погрузиться в театральную эстетику других стран, а режиссерам и художникам – экспериментировать со сценическим рисунком спектакля и пространством сцены. Вследствие чего границы между теа-

тром и кино становятся более размытыми, открывая новые творческие возможности.

Разные типы синтеза искусств, представленные в контексте изучения взаимосвязи театра и телевидения, театра и кино, кино и музыки, стали уже своего рода базовой основой для обращения к изучению нового феномена. В процессе становления свое внимание на данный феномен обращали внимание такие ученые, как Вальтер Беньямин, В. Ю. Боров, С. А. Вартанов, М. И. Туровская и другие. И хотя работы исчисляются пока единицами, что вполне объяснимо для периода становления, тем не менее, всевозрастающая популярность «театра в кино» и расширение форм его влияния на общество играют важную роль в формировании и распространении театральной культуры. Автор в данной статье ставит своей целью исследовать и объяснить основные принципы, лежащие в основе создания и восприятия феномена «Театр в кино», а также оценивает перспективы его развития. В статье проводится исторический анализ зарождения медиа феномена, исследуется кинематографическая техника переноса спектакля на экран и выявляются основные закономерности создания новых произведений этого вида искусства.

Медиа – источник феномена «Театр в кино»

Прежде чем приступить к изучению принципов создания театральных трансляций и их восприятия, необходимо дать определенное понятие «медиа феномен», поскольку, с одной стороны, им оперируют исследовате-



ли разных гуманитарных дисциплин, с другой стороны, само явление еще носит характер становления своего смыслового содержания.

Общепризнанно, что медиа, история которых начинается с начала XIX века, являются массовыми средствами передачи информации, влияющие на общественное мнение, взгляды, и поведение. Маршалл Маклюэн, один из первопроходцев в исследовании медиа, считал их коммуникационными средствами, сближающими людей в представленной им концепции «глобальной деревни», формирующей единую культурную среду. Аналогично «Театр в кино» выполняет эту роль, транслируя театральные опыт через кинематографические элементы.

Никлас Луман в своем труде «Реальность массмедиа» утверждает, что медиа являются конструктором общественной реальности и в процессе коммуникации с медиа реальность искажается, становясь «наблюдаемой реальностью». В контексте «Театра в кино» это означает, что спектакль не просто транслируется, а переосмысливается через режиссерскую интерпретацию, влияя на восприятие зрителя.

Один из крупнейших отечественных исследователей в области медиа Н. Б. Кириллова предлагает следующее определение: «Медиа – это не просто средство для передачи информации, это целая среда и даже среды, в которых производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [8, с. 14]. Трансляция и интерпретация культурных кодов заставляет нас обратить пристальное внимание на феномен «Театр в кино», получивший распространение благодаря потоковой передаче и ставший значимым элементом современного культурного пространства.

Выбрать путь, как в режиме реального времени, без «перевода» будет достигаться взаимопонимание и единение зрителей в театре и кинотеатрах – первоочередная задача режиссера трансляции, которую ему предстоит решить, учитывая существование некой сверхзадачи театрального искусства – сохранить органику спектакля, но используя при этом выразительные средства кинематографа.

Предпосылки к возникновению феномена «Театр в кино»

За более чем сто лет существования театральные постановки на экране претерпели ряд изменений. Историческим началом фильмов-спектаклей в СССР можно считать спектакль Малого театра «Ревизор», который экранизировал в 1916 году режиссер Владимир Сашин.

Изначально театральные и кинокритики скептически относились к переносу спектакля на экран, но признавали ценность для сохранения театрального наследия. Луи Деллюк, один из первых теоретиков кино, подчеркивал потенциальную ценность записанных спектаклей: «Теперь подумайте, какая это была бы ценность, если бы все это можно было удержать с помощью кино! Удержать не отдельные фотографии, а целые спектакли... Я хотел бы, чтобы в этот момент, который будет историческим моментом, занялись бы всерьез тем, чтоб зафиксировали всеми возможными средствами, и особенно средствами кино, силу блеска пути искусства, которое умирает в минуту его рождения» [7, с. 126].

Со временем режиссеры искали способы адаптации спектаклей для экрана, сохраняя их атмосферу и художественное видение. Французский кинокритик Андре Базен в своем сборнике «Что такое кино?» отмечал следующие основные проблемы: перенос текста из одной драматургической системы в другую, потеря психологической реальности из-за отсутствия прямого взаимодействия с актерами, условность театральных декораций, а также драматическая сцена, противоположная концепции экрана. Андре Базен пишет: «Экранизированный театр неизбежно обречен на провал, когда его в той или иной мере превращают в фотографию сценического представления, особенно если камера пытается заставить нас позабыть о рампе и кулисах» [2, с. 177–178].

В советское время существовало три метода адаптации театрального спектакля на экран.

Первый метод заключался в полном переносе спектакля в киноформат со съемкой в павильоне, с разбивкой на крупные, средние



и общие планы. Автор статьи считает, несмотря на то, что первоисточником кинокартины является театральный спектакль, данный вид показа нельзя отнести к феномену «Театр в кино», так как он всецело разрушает театральную форму спектакля.

Второй вид съемки производился с сохранением театральной формы спектакля и определенной долей «репортажности», отражая живые реакции зрительного зала на происходящее на сцене, что легло в основу медиа современных трансляций. Критик А. Липков, который уделял огромное внимание переносу театральных спектаклей на телеэкраны, четко отразил все плюсы и минусы данной съемки в своей рецензии: «Наверное, с точки зрения технических норм и правил в фильме найдется достаточно дефектов – ведь съемка велась прямо со сцены, в зале, заполненном зрителями. Отсюда – посторонние шумы и шорохи, где-то невыразительно и плоско установлен свет. Но все эти минусы оборачиваются плюсами, поскольку передают атмосферу живого представления, живого контакта со зрительным залом» [10, с. 11].

Третий вид съемки нельзя отнести ни к театральному, ни к кинематографическому, так как он совмещает в себе различные способы фиксации спектакля. Съемка происходит в павильоне, здесь присутствуют непривычные театральному зрителю ракурсы, крупные планы артистов со сцены. Камера охватывает пространство со всех углов сцены, разрушая четвертую стену, но сохраняя театральную условность.

Последние два вида съемки, а также трансляции концертов в прямом эфире предшествовали созданию феномена. Суммируя вышесказанное, нами предлагается использовать следующее определение, которое, на наш взгляд, отвечает двойственной сущности феномена. *Медиа феномен «Театр в кино»* – это театральные трансляции, съемка и монтаж которых ведется в режиме реального времени со зрителем из театрального зала с последующей демонстрацией зафиксированного (готового к трансляции и без какого-либо ре-

дактирования) продукта в залах кинотеатров в прямом эфире. Уникальность, неповторимость момента, живые реакции зрителей, коллективный просмотр, разрушение временных и пространственных рамок служат основой данного феномена.

Театр в кино:

становление феномена в культуре

Новый исторический этап развития и распространения медиа феномена «Театр в кино» начинается в XXI веке. От его зарождения благодаря техническим открытиям, их внедрению в искусство и формированию на их основе телевизионных версий театральных произведений до обращения к технологическим ресурсам интернета прошло немногим больше столетия.

Американский кинокритик Р. Н. Арнхейм еще в XX веке предсказал грядущее развитие театра, сравнивая опыт восприятия спектакля и фильма: «Разумеется, что в театре пока нельзя менять расстояние от сцены до зрителя, угол зрения, или же перебрасывать действие с места на место, как это позволяет делать киномонтаж. Но стоит лишь вспомнить о телевидении, как становится ясно, что технически неосуществимое сегодня может стать обыденным завтра» [1, с. 168].

Завтра наступило в 2006 году, когда Metropolitan Opera осуществил трансляцию оперы Моцарта В. А. «Волшебная флейта» в кинотеатрах. В дальнейшем тенденцию трансляции подхватили многие театры мира, включая российские.

Медиа феномен расширил географию показов и открыл доступ к просмотру передовых спектаклей для жителей во всех уголках России, где есть кинотеатр. Спектакли транслируются более чем в 90 городах. Российский искусствовед Швыдкой М. Е. представляет дальнейшие перспективы явления: «Проект, который объединяет живое театральное искусство и кинематограф – это проект, у которого большое будущее. Соединение такого рода даст совершенно неожиданные и замечательные плоды для людей, которые зани-



маются искусством, и для зрителей, которые с радостью будут воспринимать то, что делают на стыке театра и кинематографа».

Зародившийся синтез между театром и кино дает импульс не только к технологическому развитию, но и к творческому, на котором целесообразно остановится отдельно.

Созидание феномена:

принципы творческого процесса

Согласно Лотману Ю. М., «каждое изображение на экране является знаком, то есть имеет значение, несет информацию» [11, с.18]. Освещение, монтаж, кадрирование – это инструменты, придающие изображениям дополнительные значения. С самого начала кинематограф использовался для фиксации реальных событий, в том числе спектаклей, породив явление «Сфотографированный театр» [3, с. 6 (по Б. Белаш).] Режиссеры ставили задачу в детальном отображении спектакля, но полное воссоздание атмосферы просмотра в театре недостижимо, так как зрительский опыт уникален.

Современные театральные трансляции не стремятся к точному отображению спектакля, а создают уникальную интерпретацию, используя современные технологии кино. Театровед Когут Н. А. в своей статье об особенностях восприятия театральной трансляции отмечает: «Такие кинематографические выразительные средства, как монтаж и операторские приемы, в случае театральной кинотрансляции выступают не только как основополагающий структурный элемент, но и как способ подчеркивать или нивелировать художественное решение спектакля-источника» [9, с. 156]. Эта идея подчеркивает важность синергии между смысловым содержанием и изображением, где каждый аспект дополняет и усиливает восприятие зрителей, а не противостоит друг другу. В результате такого взаимодействия формируется интегрированное творческое целое, способное эффективно транслировать уникальность театрального спектакля через язык кинематографа.

Каждый спектакль требует индивидуального подхода к съемке, так как жанровая специфика спектакля определяет экранную адаптацию. Одним из главных людей, отвечающих за то, как будет смотреться спектакль на экране, – это режиссер трансляции. Его работа в симбиозе с режиссером-постановщиком спектакля играет ключевую роль в построении картинки и в том, как будут отображены на экране смыслы и идеи, заложенные режиссером-постановщиком спектакля.

Выделим основные принципы творческого процесса. К ним относятся: 1) монтаж в режиме реального времени, 2) визуальная организация спектакля на экране, 3) актерская игра. Остановимся на каждом из них отдельно.

1) Монтаж в режиме реального времени. В эпоху быстрого развития киноязыка, усиленного новыми технологиями, режиссеры исследуют новые творческие горизонты. Благодаря монтажу, кадрированию и ракурсу камеры, картинка получает независимое значение по отношению к содержанию, позволяя одному и тому же спектаклю преобразовываться в различные формы на экране. Однако театральные трансляции развили уникальный стиль, основанный на монтаже в реальном времени, который помогает поддерживать ритм и темп театрального представления на экране, играя ключевую роль в создании трансляции.

Браки в звуке или картинке не переснимаются, так как на психологическом уровне теряется эффект событийности. Даже при просмотре спектакля в повторе зрителю важно осознавать, что запись была сделана «здесь и сейчас» в театре и для них сохранили картинку в первозданном виде со всеми своими плюсами и минусами.

Монтаж по принципу прямых трансляций помогает перенести спектакль на экран, сохраняя его художественные и эстетические качества и создавая эффект присутствия для зрителей кинотеатра.

2) Визуальная организация спектакля на экране. Процесс адаптации спектакля на киноэкран требует особого внимания



к партитуре камер. При создании нового кинотеатрального произведения режиссер и операторы стремятся погрузить зрителя в сценическое пространство, предоставляя уникальные ракурсы, недоступные в театральном зале. Использование разных планов и углов съемки передает атмосферу спектакля и сценические образы. Лучшие записи представляют те версии, которые учитывают и структуру театрального зала, и направление взгляда зрителя.

Движение камер внутри сценического пространства создает не только эффект присутствия на сцене, но и дополнительные смыслы. Трансляция позволяет увидеть спектакль со всех возможных ракурсов с применением крупного, среднего, общего и дальнего плана. Крупные планы акцентируют внимание зрителей на эмоциях и предметах, которые они обязаны не упустить. Дальний и общий план дает оценить масштаб пространства в сравнении с персонажем.

Экранная репрезентация с присущей природой условности, кадрированием, монтажом, предполагает новую визуальную организацию оригинального театрального спектакля. Динамические сцены снимают на ручную камеру для передачи непредсказуемости действий на сцене.

Обычно используют прямой и верхний ракурсы, однако, в трансляции спектакля «Моцарт. «Дон Жуан». Генеральная репетиция» от Мастерской П. Н. Фоменко применен уникальный метод съемки от первого лица, когда оператор находится на сцене среди актеров. Это предоставляет зрителям в кинотеатрах уникальный опыт, позволяя им ощутить себя частью спектакля, оказавшись по ту сторону авансцены, примерив на себя роль актера.

В трансляции «Гамлета» от Sonia Friedman Productions, зрители кинотеатров видят уникальные кадры с экрана, недоступные в зале театра «Барбикан». Кинокритик Арнхейм Р. Н. упоминал, что кино обладает явным преимуществом в изменении расстояния между объектом и камерой, чего лишен

зритель в театре, упуская тонкости актерской игры. Театральные трансляции нивелируют это преимущество. Театральные критики считают, что такой подход усиливает впечатления от спектакля, предлагая зрителям перспективу, которую нельзя получить, находясь в зале: «Можно поспорить, что смотреть живую театральную постановку, снятую и транслируемую в кинотеатре, – это предательство и грех. Что это отвлекает от истинной “живой” природы просмотра спектакля, сужает и направляет ваш взгляд на то, что “они” хотят, чтобы вы видели, в противоположность свободе смотреть куда угодно и когда угодно. Но, с другой стороны, тот факт, что мы подходим достаточно близко, чтобы видеть лица и выражения актеров, может только усилить наше впечатление от спектакля» [13].

Для театральных трансляций адаптируется освещение, чтобы сохранить атмосферу театрального света и правильное восприятие формы предметов. Свет является одним из источников повествования, и необходимо, чтобы он сохранял свою роль и в точности передавал все условности, заложенные художником по свету. Он способен выражать концепцию режиссера и влиять на эмоциональное состояние зрителей от просмотра. В театральных трансляциях свет выступает в роли дополнительного драматического повествования, подсвечивая психологическое состояние героя.

Создание театральных трансляций предполагает новую визуальную организацию оригинального спектакля, учитывая преимущества кинематографа и возможности, которые он предоставляет для сохранения «магии театра».

3) Актерская игра как творческий инсайт. Актеры, участвующие в трансляции, испытывают вдохновение, осознавая, что их выступление наблюдают тысячи зрителей по всему миру. Это обстоятельство ставит перед ними непростую задачу: их игра должна соответствовать ожиданиям живой аудитории, передавать театральную аутентичность и эмоциональность на киноэкране.



У каждого актера свой метод, кто-то начинает в значительной степени играть на камеру. Другие считают, что лучшим способом будет не замечать камеры вовсе. Какой вариант является наиболее верным, тяжело судить. Здесь необходимо соблюдать некую золотую середину или отталкиваться от ощущений самого актера. Этот баланс требует от актеров особого мастерства, поскольку они сталкиваются с вызовом сохранять театральность в пределах кинематографического формата.

Помимо выделенных принципов сущность феномена передается еще рядом компонентов, в созидании которых участвует «третий автор» – зритель, завершающий концепцию смыслообразования.

Особенности «спектрального» восприятия: навстречу смыслу

Речь пойдет об атмосфере театральных трансляций, которая достигается путем синтеза всех художественно-эстетических средств, которыми владеет режиссер и актеры для создания произведения; в её создании участвует также зритель, получающий новый способ познания мира. Уникальность восприятия театральных спектаклей на киноэкране трудно описать. Феномен «Театр в кино» существует в новой культурной парадигме, и к зрителю только приходит осознание новой эстетики и новой – кинотеатральной – реальности. Театральные трансляции сочетают в себе сценическое оформление художественного пространства и природу существования актеров, но при этом привлекают кинематографические средства для отображения в новых для театра пространствах – в кинотеатрах.

Возможность смотреть спектакль в режиме реального времени позволяет зрителям по всему миру погрузиться в атмосферу театрального действия, будучи фактически виртуальными участниками представления. В театральных трансляциях действие происходит «здесь и сейчас», сохраняя свою уникальность, как при живом просмотре в театре, за что его так любят многие зрители.

На время трансляции лучшие места в зрительном зале театра отданы камерам. Специальные материалы до спектакля и в антракте, рассказывающие о создании постановки, интервью с актерами, прогулка по закулисью театра, создают у зрителей в кинотеатре ощущение, что они являются главными действующими лицами в этот вечер. Удивительно, но это воодушевление сохраняется и при просмотре записей спектаклей.

Несмотря на то, что в записи спектаклей можно вносить корректировки и вырезать антракты для сокращения времени сеанса в пользу популярных блокбастеров, создатели кинотрансляций не идут на этот непростительный шаг. Антракт в кинотеатре – это новый опыт просмотра, ранее недоступный зрителям. Зрители в кинотеатре, как и люди в театре, могут пойти в буфет, обсудить спектакль и свои ощущения перед вторым действием. Этот ритуал воссоздает опыт похода в театр, но в более свободной форме, где зритель не скован рамками трех звонков и лучшая доступная картинка – на киноэкране, что, несомненно, является преимуществом при просмотре спектакля в кинотеатре.

Факторы влияния на зрительское восприятие

Среди многочисленных факторов влияния на восприятие кинотеатрального произведения, имеющего синтетическую природу, выделим *экран* и *звук*, авторскую интерпретацию режиссера.

Дело в том, что далеко не последнюю роль в восприятии театральных трансляций в кино играет размер экрана; существует прямая зависимость между качеством звука, изображением и восприятием. Аудиовизуальное восприятие неразрывно связано со зрительным, помогая усилить атмосферу, подчеркнуть эмоции. Конечно, отметим, что запись звука значительно улучшилась технически с момента первых трансляций. Современные микрофоны и балансировка звука позволяет актерским голосам звучать более естественно, с нюансами, непринужденно, как при живом просмотре.



Соответственно, заметно усовершенствовались и качество трансляций, позволяющее детально рассмотреть мимику игры актеров. Трансляции в высоком разрешении обеспечивают более реалистичное и визуальное восприятие. Корректная цветопередача в точности передает цвета и детали, что особенно важно для сохранения творческой концепции спектакля.

Технические аспекты трансляции важны для сохранения художественной целостности спектакля и могут быть полноценно оценены в кинотеатре. Большие экраны и качественное звуковое оборудование создают впечатляющее визуальное и звуковое окружение.

Кинотеатр создает уникальное социокультурное пространство, где зрители могут вместе сопереживать героям спектакля. Зрители в театре являются проводником эмоций для людей в кинотеатрах. Их живые реакции помогают ощутить сопричастность к живому просмотру спектакля. По этим причинам феномен «Театр в кино» возможен только в пространстве кинотеатра. В домашних условиях невозможно воссоздать данный опыт погружения и вовлеченности на психологическом уровне из-за постоянных отвлекающих факторов, недостаточности технического оснащения.

Как отмечалось, на восприятие театральной трансляции существенное воздействие оказывает режиссерский взгляд на спектакль. Техническими средствами он ограничивает видимое сценическое пространство, определяет приемы, которые будут использоваться для передачи атмосферы и эмоций спектакля. Режиссёр, устанавливая последовательность кадров, акцентирует наше внимание на определенных аспектах и преподносит нам свой взгляд на ход событий в спектакле. Зрители воспринимают спектакль через призму режиссерского взгляда аналогично подходу к съемке фильма. В то же время такой метод способствует улучшению восприятия, поскольку режиссер выделяет ключевые моменты спектакля, направляя внимание зрителей с помощью крупных планов и изменения ракурсов камер.

Особенностям «спектрального» восприятия медиа феномена «Театр в кино» еще предстоит дальнейшее изучение специалистами. Но уже сейчас можно выделить первые основные характеристики в формировании данного феномена: коллективный просмотр, пространство кинозала с высокотехнологичным оборудованием, взгляд режиссера трансляции, который ограничен в формировании собственного взгляда на спектакль, но является посредником к художественной задумке режиссера-постановщика спектакля.

История феномена «Театр в кино» с позиции культурологического подхода позволяет не только признать факт рождения нового медиа – интегративного феномена, но и демонстрирует его социальную значимость, раскрывает его значительное влияние на восприятие театрального искусства, расширяет его традиционные рамки коммуникации со зрителями. Таким образом, на наш взгляд, с одной стороны, современные театральные трансляции в кинотеатрах предлагают уникальную возможность расширения аудитории и демократизации доступа к высококлассным театральным спектаклям. С другой стороны, расширение эстетических принципов в процессе интеграции элементов театрального и кинематографического искусства принципиально изменяет сам характер восприятия театральных спектаклей.

Как мы стремились показать, один из ключевых принципов адаптации медиа феномена «Театр в кино» на киноэкран заключается в эффекте событийности, съемки «здесь и сейчас». При монтаже в режиме реального времени режиссёр обращает наше внимание на определённые фрагменты спектакля, представляя свою уникальную трактовку событий на сцене. Зрительское восприятие сцены становится подвластно режиссеру трансляции.

Погружение в сценическое пространство с помощью уникальных ракурсов создает эффект присутствия, а изображение через призму объектива дает более интимное и уникальное впечатление. Театральные трансля-



ции сочетают в себе сценическое оформление художественного пространства и природу существования актеров, но при этом привлекают кинематографические средства для отображения в новых для театра пространствах, кинотеатрах, которые являются важным проводником в передаче эмоций со сцены, создавая культурное пространство для обмена живыми зрительскими эмоциями. Экранная репрезентация с присущей ей природой условности, кадрированием, монтажом предполагает оригинальную визуальную организацию театрального спектакля.

«Театр в кино» – это сложный феномен, успех которого складывается из множества различных элементов. Съёмочный процесс является одним из основных. Благодаря ра-

боте «в симбиозе» режиссера трансляции, режиссера-постановщика спектакля и съёмочной группы зарождается данное явление.

Предполагается, что в долгосрочной перспективе феномен «Театр в кино» продолжит эволюцию, открывая перед собой новые возможности для творческого взаимодействия между театральными и кинематографическими областями и углубляя интеграцию этих искусств. Этот взгляд дает надежду не только на сохранение, но и усиление влияния феномена, продолжая вдохновлять и привлекать внимание зрителей к театральному искусству в новом, захватывающем формате, а аплодисменты на театральных трансляциях являются главным показателем жизни и будущего данного феномена.

Список литературы

1. Арнхейм Р. Кино как искусство. Москва: Издательство иностранной литературы, 1960. 206 с.
2. Базен А. Изнанка декорации // Что такое кино? Сборник статей. Москва: Искусство, 1972. С. 173–178
3. Балаш Б. Кино. Становление и сущность нового искусства. Москва: Прогресс, 1968. 143 с.
4. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Москва: Медиум, 1996. 239 с.
5. Боров В. Ю. Культура и массовая коммуникация. Москва: Наука, 1986. 301 с.
6. Вартанов А. С. Телевидение между искусством и массмедиа. Москва: Государственный институт искусствознания, 2015. 452 с.
7. Деллюк Л. Фотогения кино. Москва: Новые вехи, 1924. 164 с.
8. Кириллова Н. Б. Медиалогия. Москва: Академический проект, 2015. 424 с.
9. Когут Н. А. Особенности восприятия трансляции театральной постановки на киноэкране. Опыт Theatre HD как синтез живого и опосредованного // Манускрипт. 2020. № 9. С. 155–160.
10. Липков А. Спектакль живет. Взаимоотношения театра и телевидения // Советская культура. 1978. № 14. С. 11.
11. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 138 с.
12. Туровская М. И. На границе искусств: Брехт и кино. Москва: Искусство, 1985. 255 с.
13. Nilma C. National Theatre: Hamlet // «The au review». [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.theaureview.com/watch/film-review-national-theatre-live-hamlet-uk-2015/>

*

Поступила в редакцию 05.07.2024



КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОГО ИСКУССТВА: КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ПАРАДИГМЫ И ПРАКТИКИ

УДК 008

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-76-84>

Л. Н. Нагорная

Московское военно-музыкальное училище
имени генерал-лейтенанта В. М. Халилова,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: laranagornaya@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена проблемам художественной коммуникации в современном выставочном пространстве, обусловленном спецификой цифровых трансформаций в современной культуре и искусстве. Особое внимание уделяется рассмотрению таких специфических свойств современного цифрового искусства, как виртуальность, интерактивность, гиперреализм в рамках парадигмы массовой культуры. Эти качества цифрового (диджитального) искусства рассматриваются на примере культурных практик интерактивной галереи современного искусства Mori Building Digital Art Museum (Япония, Одайба), музея цифрового искусства Atelier des Lumière (Париж, Франция), а также – арт-пространства «Артемьев» при МГК им. П. И. Чайковского и центра цифрового искусства Artplay Media (Москва). С одной стороны, осмысление роли процессов виртуализации социокультурного пространства, экспансии информационных платформ, компьютерной гибридации медиа, взаимодействия традиционных и цифровых форм искусства в рамках современной культуры позволяет выявить новые ценностные смыслы и перспективные возможности этого взаимодействия, обосновать креативно ориентированные человекоцентристские модели развития цифрового искусства. С другой стороны, это дает возможность высветить угрозы культурно-исторических трансформаций – подмены или возможной утраты глубинных онтологических оснований, изначально заложенных в произведениях искусства, дегуманизации и десакрализации культуры.

Ключевые слова: художественная коммуникация, киберискусство, современное цифровое искусство, эстетика взаимодействия, цифровой музей, цифровые инсталляции, виртуальный компонент, иммерсивность, гиперреализм, трансформации культуры.

Для цитирования: Нагорная Л. Н. Коммуникативный потенциал цифрового искусства: культурно-исторические парадигмы и практики // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 76–84. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-76-84>

COMMUNICATIVE POTENTIAL OF DIGITAL ART: CULTURAL AND HISTORICAL PARADIGMS AND PRACTICES

НАГОРНАЯ ЛАРИСА НИКОЛАЕВНА – преподаватель, Московское военно-музыкальное училище имени генерал-лейтенанта В. М. Халилова МО РФ

NAGORNAYA LARISA NIKOLAEVNA – school teacher, Moscow Military Music School named after Lieutenant-General V. M. Khalilov

© Нагорная Л. Н., 2024



Larisa N. Nagornaya

Moscow Military Music School named after
Lieutenant-General V. M. Khalilov,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: laranagornaya@mail.ru

Abstract. The article focuses on the issues of artistic communication in the modern exhibition environment conditioned by the use of digital technologies in contemporary art. Particular attention is paid to such characteristics of modern digital art as virtuality, interactivity, hyperrealism. These features of digital art are considered on the example of art practices of the interactive contemporary art gallery Mori Building Digital Art Museum (Japan, Odaiba), the digital art museum Atelier des Lumière (Paris, France), as well as the Artemyev art space at the Moscow State Conservatory. P.I. Tchaikovsky and the digital art center Artplay Media (Moscow). The study of the communication and value meanings of the artistic practices of contemporary art, the processes of virtualization of the socio-cultural environment, the expansion of information platforms, the computer hybridization of media, the interaction of traditional and digital forms of art within modern culture makes it possible to identify new value meanings and prospects for this interaction. At the same time, understanding these processes is necessary to discern the threat of unwanted social and cultural transformations – the substitution or possible loss of the deep ontological foundations originally embedded in works of art, and the dehumanization and desacralization of culture.

Keywords: artistic communication, cyberart, contemporary digital art, aesthetics of interaction, digital museum, digital installations, virtual component, immersiveness, hyperrealism, cultural transformation.

For citation: Nagornaya L. N. Communicative potential of digital art: cultural and historical paradigms and practices. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 76–84. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-76-84>

Изобретение информационно-коммуникационных технологий стало прорывным открытием XX века, вследствие чего произошли радикальные изменения во всех сферах человеческого бытия; трансформационные процессы, ускорение глобализации затронули также и культурный ландшафт. Виртуальное цифровое пространство стало реальностью нового типа, современной средой обитания человека [6]. Более того, именно киберпространство все более принимает на себя функцию «второй природы». Система ценностей человека, его мышление, коммуникативные способности, мироощущение и восприятие претерпели колоссальные изменения, и эти процессы нашли отражение в многочисленных формах современного цифрового искусства [10].

Искусство издавна рассматривалось как одно из средств коммуникации. Развитие коммуникативных теорий и системы коммуникационного процесса активно разрабатывалось в XX веке в трудах А. Бергсона,

Ж.-П. Сартра, М. Хайдеггера, Г. Г. Гадамера, Н. А. Бердяева, М. Ю. Лотмана, Н. Лумана, М. Маклюэна, которые рассматривали эти процессы с позиций междисциплинарности, взаимосвязи с категориями разных областей знания. В работах философа и культуролога Э. Кассирера развивается идея, что только человеку свойственна творческая активность, которая проявляется в создании и трансляции коммуникационных символов как способов моделирования реальности, что глубинным образом связано с поиском смыслов и представлениями о бытии человека [7].

Многие исследователи культуры (П. Вирильо, В. Беньямин, П. Вайбель), рассматривали все возрастающую диджитализацию как неизбежный процесс, сопровождающий глобальные трансформации в современном социокультурном пространстве [4]. При этом трансформировалось само мироощущение человека, его восприятие реального и виртуального. Вальтер Беньямин в своем научном труде «Произведение искусства в эпоху его тех-

нической воспроизводимости» отмечал, что общепринятого понятия «реальности» больше не существует – новой реальностью становится цифровой мир [2]. Высочайший уровень взаимодействия искусства и технологий, основанный на достижениях научно-технического прогресса человеческой цивилизации, в наши дни обусловил сдвиг парадигмы в восприятии культуры. Более того, широкое распространение информационно-коммуникационных технологий привело к тому, что постижение культуры и мира в целом начинается именно с медийных образов [15].

Цифровое искусство («кибер-искусство», «DigitalArt») – это концептуальное направление современного искусства, созданное с помощью цифровых технологий и программного обеспечения, существующее исключительно в цифровой (электронной) форме и использующее киберпространство (Интернет) в качестве пространства для художественного выражения. К DigitalArt относят множество форм и художественных практик, возникших в результате взаимодействия науки, искусства и цифровых технологий. В их числе саунд-арт, пиксель-арт, генеративное искусство, интерактивные инсталляции, глитч-арт, видео-арт, сетевое искусство (нет-арт), дигитальная поэзия, цифровая живопись и фотография, отдельные формы сайенс-арта и др. [9].

Доминирование парадигмы массовой культуры, распространение культурного разнообразия информационно-коммуникационных форм взаимодействия со зрителем, а также успех различного рода мультимедийных проектов обусловили востребованность и широкую доступность интерактивных галерей. Коммуникация зрителя и объектов цифрового искусства осуществляется в них посредством художественного языка и цифровых форм. В то же время коммуникационные и ценностные смыслы художественных практик современного искусства находятся в тесной взаимосвязи с формированием «цифровой проектной культуры» [16], активно использующей новейшие достижения научно-технического прогресса.

Для демонстрации художественных объектов интерактивные музеи используют ряд цифровых технологий, в их числе следующие:

1. Интерактивные, сенсорные экраны, голографические дисплеи.
2. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR). Отличие между этими технологиями заключается в том, что VR полностью погружает посетителей цифровую среду, а AR осуществляет наложение цифрового контента на реальные физические объекты.
3. Видеомэппинг (3D mapping), проекционное картирование (проецирование изображений, видео, анимации на трехмерную поверхность (3D-отображение)), масштабирование.
4. Сенсорные технологии: интерфейсы с датчиками движения, которые позволяют посетителям активно взаимодействовать с проекциями.
5. Интернет вещей (Internet of Things, IoT); мобильные приложения. Музеи предоставляют мобильные приложения, которые имеют интерактивные функции, предлагают посетителям мультимедийный контент и дополнительную информацию об объектах экспозиции.
7. Искусственный интеллект (ИИ). Технологии ИИ могут использоваться для предоставления информации и рекомендаций посетителям и даже для создания генеративных произведений искусства. Технологии ИИ используются для анализа предпочтений посетителей (с дальнейшим предложением персонализированных туров по музею), выступают как виртуальные гиды, чат-боты, виртуальные помощники и переводчики с иностранных языков в режиме реального времени [8].

Как отмечает Е. Н. Шапинская, музей современности разительно отличается от того сакрального пространства хранения культурных артефактов, которым он был до вступления в цифровую эру. Современные музеи



используют инновационные технологии для создания интерактивных пространств, способных повысить интерес к музейным экспозициям, повысить посещаемость, придать объектам культурного наследия экономически выгодный характер [14].

Действительно, в наши дни интерактивные музеи (галереи) становятся все более востребованными. В 2018 году (13 апреля) в Париже был открыт центр цифрового иммерсивного искусства – «Ателье де Люмьер» («Atelier des Lumières»), который менее чем за четыре года своего существования привлек более трех миллионов посетителей. Экспозиция включает в себя оцифрованные работы различных художников. С помощью 140 проекторов и 50 динамиков создаются проекции картин мастеров XIX и XX века: Густава Климта, Клода Моне, Сальвадора Дали, Фриденсрайха Хундертвассера, Эгона Шиле и других; а в качестве музыкального сопровождения звучат записи произведений Рихарда Вагнера, Фредерика Шопена и Людвига ван Бетховена. Подобного рода креативные интерактивные пространства создаются междисциплинарными группами различных специалистов. Синтез науки, искусства и технического прогресса осуществляется командой, куда входят художники, программисты, инженеры, архитекторы, математики, аниматоры компьютерной графики и др. [20]. Цель создаваемых интерактивных инсталляций – преодоление стереотипов в человеческом сознании и восприятии мира, осознание относительности времени и пространства, «возможность невозможного», попытка ощутить хрупкость границ между иллюзорным и действительным, реальным и виртуальным. Виртуализация пространства таких экспозиций состоит в том, что на стенах «музея», располагающегося на огромной площади нет ни одной реальной картины – все изображения возникают только с помощью цифровых проекций. В то же время погружение зрителя-реципиента в иммерсивную среду выставочного пространства делает его участником уникального коммуникативного процесса.

Экспозиции центра цифрового иммерсивного искусства «Ателье де Люмьер» востребованы публикой и пользуются огромным успехом. Это обусловило необходимость создания аналогичного центра цифрового искусства «Фабрик де Люмьер» («Fabrique des Lumières») в бывшем здании фабрики «Вестергазфабрик» («Westergasfabriek») в Амстердаме, открытие которого состоялось 22 апреля 2022 года выставками «Климт, золото в движении» («Klimt, Gold in Motion») и «Хундертвассер» («Hundertwasser») [20].

Интересно, что одним из прообразов современных иммерсивных музейных пространств выступает новаторский для своего времени проект павильона «Филиппс» для мировой выставки Expo-58 в Брюсселе. Уникальная архитектура трехмерного павильона, разработанная архитектором Ле Корбюзье, напоминала архаичный струнный инструмент, а использование 425 громкоговорителей для «Электронной поэмы» Я. Ксенакиса, непрерывно звучавшей внутри павильона, и демонстрация проекций изображений различного свойства наполнили это пространство художественными смыслами. Этот проект продемонстрировал новые возможности в слиянии звука, архитектуры и визуального искусства, предвосхитив появление множества подобных иммерсивных пространств [10].

Еще одним примером интерактивной галереи современности является «Музей цифрового искусства Мори Билдинг» («Mori Building Digital Art Museum»: teamLab Borderless; Япония, Одайбо), открывшийся 21 июня 2018 года. Экспозиция музея включает 50 интерактивных произведений современного искусства, расположенных на огромной площади в 10 000 квадратных метров с пятью зонами. Более 500 компьютеров и 470 проекторов создают несколько иммерсивных интерактивных сред, в которых посетители погружаются в своеобразный симбиоз виртуальной и реальной действительности, который можно определить, как гипер(сверх)реальность. В этом ряду – традиционные японские пейзажи с сюрреалистическими, гран-



диозными инсталляциями с музыкальным сопровождением (например, одна из инсталляций напоминает огромное поле цветов: динамичная передача света и узоров через зеркала и проекторы «оживляет» изображения цветов). Команда TeamLab Borderless создала также интерактивную цифровую инсталляцию «Резонирующие микрокосмы», которую можно отнести к числу паблик-арт объектов, поскольку она располагается в общественном парке в районе леса Мусасино и также включает интерактивные фрагменты [21].

Как отмечают исследователи, практика встраивания в реальный городской ландшафт интерактивных объектов паблик-арта создает дополнительные возможности для улучшения социального взаимодействия, культурного выражения, улучшает эстетическую привлекательность общественных пространств, способствует улучшению коммуникативных навыков, усилению чувства принадлежности, являясь одним из компенсаторных инструментов человеческого со-общения [17]. Креативные объекты паблик-арта способны трансформировать социокультурные пространства, делая их более яркими, инклюзивными, отражающими культурную идентичность общества.

Интерактивность помогает посетителям попасть «внутри» инсталляции, ощутить себя действующими лицами произведения искусства, а не обычными зрителями, прогуливающимися по традиционному художественному музею. Интерактивные произведения искусства часто выходят за пределы своих инсталляционных залов, некоторые пересекаются и даже сливаются с другими работами. Размытые границы между иммерсивными средами создают ощущение динамично организованного пространства, пребывающего в постоянном движении [21]. Характерно, что М. Маклюэн рассматривал электронные средства коммуникации не только как расширение нервной системы человека, но и как мощные трансформационные силы, непосредственно влияющие на то, как люди воспринимают мир и взаимодействуют друг с другом,

оказывая беспрецедентное воздействие как индивидуальное сознание, так и на социум в целом [11].

Создание подобных иммерсивных сред стало возможным благодаря применению технологий видео-маппинга, с помощью которых видео-инсталляции – реальные и трехмерные объекты – становятся интерактивными, и «виртуально» подвижными. С помощью инновационных технологий видеоизображения могут реагировать на движения людей, или – наоборот – зрители могут «управлять» движущимся изображением [8]; таким образом зритель-участник может участвовать в создании художественного произведения, становясь его «соавтором», вступает в коммуникацию с автором и вместе с ним создает произведение. При этом главное значение имеет не конечное произведение, а сам процесс сотворчества, который также становится произведением искусства. При этом некоторые практики цифрового искусства содержат возможность изменять оригиналы по собственному усмотрению, вносить в них свои дополнения, использовать их в различных формах потребления повседневного контента. Однако, как отмечает С. А. Симонова, одним из нежелательных результатов такого «вмешательства» в оригинал произведения могут стать некорректные трансформации и даже утраты первоначальных онтологических и ценностных смыслов оригинала художественного произведения. Преобразованию подвергается весь этический-эстетический и исторический контекст произведений [13], и этот фактор может стать одним из проявлений дегуманизации культуры. На первый план выходит, таким образом, гедонистическая, развлекательная функция искусства. Посетитель музея превращается в потребителя, для которого основой мышления становится конформизм, а внешне притягательные цифровые эффекты экспозиций затмевают глубинное содержание оригиналов, разрывают нить смыслов и ценностей, заложенных в первоисточниках. Потребление рафинированного шедевра обедняет и лишает глубины переживание встречи с ним,



превращает искусство в фоновое сопровождение [14]. Таким образом, такую «встречу с искусством» невозможно отнести к полноценному процессу приобретения «культурного капитала» (термин П. Бурдьё) [15].

Одним из существенных недостатков культурных и художественных практик интерактивных музеев является также чрезмерная зависимость от технических средств для воспроизведения объектов цифрового искусства. Отключат ли внезапно электричество, или вирус повредит программное обеспечение компьютера, передающего изображение на экраны – и вместо прелестно-чарующей интерактивной гиперреальности цифровых произведений зритель увидит лишь огромные голые стены «музея». Ведь в нем нет ни одной физически реальной картины, все «экспонаты» представляют собой виртуальные визуальные объекты, цифровые проекции художественных изображений, симулякры.

Следует отметить, что жизненный цикл цифрового искусства отличает транзитный характер: тиражирование в массовой культуре становится не только способом распространения культурного продукта, но и самой ее сущностью [16]. Однако «растворение» оригинала в океане бесчисленных множеств абсолютно тождественных ему копий влечет за собой не только потерю его «ауры», потерю аутентичности [2], но и угрозу утраты сакральных, ценностных смыслов. Неслучайно Ж. Бодрийяр называл современность эпохой симуляции [3, с. 47]. Сосредоточенно-углубленное созерцание произведения искусства (т. е. концентрация на деталях, темах, эмоциональном содержании и общем контексте произведения) уступает место новому типу художественной коммуникации – коллективной рецепции в рассеянности [12]. При этом исследователи все чаще говорят об информационной избыточности в современном обществе и опасности «растворения» культурных кодов во фрагментированном киберпространстве [15]. В то же время, как отмечает С. В. Ерохин, возросшие возможности реципиентов задействовать множество

разнообразных источников художественной информации (в том числе, интерактивных), явное тяготение цифрового искусства к полистилистке художественного выражения (диффузии и эклектики различных стилей) во многом способны ослабить процессы «омассовления» культурных практик [5].

Тем не менее, в настоящий момент объекты «DigitalArt» занимают уже более 20% от числа произведений современного искусства [1]. Стремительное расширение видов и форм цифрового искусства реализуется за рубежом; тем не менее, в нашей стране это направление также обретает свою культурную нишу. В частности, открытый в 2019 году в Москве Центр цифрового искусства «Artplay Media» – исторически первый креативный кластер столицы и крупнейший в России мультимедийный выставочный центр (также, как и «Фабрик де Люмьер» в Амстердаме, это – бывшая заводская территория) включает не только иммерсивные выставки (такие, например, как «Микеланджело. Сикстинская капелла», «Французский импрессионизм», «Московский концептуализм. Связь» и мн. др.), но и проводит лекции по искусству, кинопоказы, концерты, представляет театральные постановки с применением цифровых креативных форм коммуникативного взаимодействия со зрителем [19].

Как отмечает Н. А. Романов, современные выставки изобразительного искусства вовлечены в процесс гомогенизации арт-объектов и цифровых художественных практик с повседневным медийным и социокультурным пространством. Цифровые инсталляции современного искусства могут демонстрироваться не только в специализированных художественных галереях и музеях, культурных центрах, онлайн платформах и проч., но и в различных общественных местах, таких как парки, площади, здания. В этом контексте площадками для репрезентации подобных художественных практик могут становиться любые пространства, на которых можно разместить необходимое техническое оснащение [1].



В частности, с 22 января по 9 февраля 2024 года в арт-пространстве «Артемьев» МГК им. П. И. Чайковского прошла выставка «Электрические сны» в рамках III Мультимедийного фестиваля современной музыки «Биомеханика». Посетители выставки смогли оценить оригинальные инсталляции, звуковые скульптуры, интерактивные и кинетические объекты, управляемые, в том числе, с помощью различных языков программирования, что позволило художникам создать не только звуковые и визуальные ряды, но и изменяющиеся в реальном времени архитектурные формы. Среди экспонатов представлены генеративные работы, где звуки продуцируются вживую из окружающего нас пространства и движущихся объектов, например, как у Максима Алехина в инсталляции «Московский оркестр общественного транспорта»: этот арт-объект озвучивал музыкальную партитуру, которая создавалась в режиме реального времени с помощью компьютерной программы, написанной самим автором для этой инсталляции. Программа в онлайн режиме получала данные о движении автобусов города Москвы, которые преобразовывались в музыку [18].

Таким образом, можно сделать вывод, что информатизация и глобализация общества обусловили не только стремительную виртуализацию социокультурного пространства, но и мощный парадигмальный сдвиг в создании и восприятии произведений искусства, расширили способы их демонстрации, способствовали росту и повышению востребованности цифровых его форм. Благодаря таким специфическим, лишь ему присущими свойствам, как виртуальность, наглядность, интерактивность, доступность и множественность воспроизведения, широта охвата аудитории, гиперреализм, цифровое искусство проявляет себя как сверхмощное средство коммуникации, способное оказывать беспрецедентное воздействие как на отдельного человека, так и на общество в целом. Практики цифрового искусства свидетельствуют о жанровом многообразии

и включенности зрителя в созидательные культурные активности.

В то же время размывание границ между реальностью и симуляцией может потенциально привести к разрушению основ критического мышления человека, утрате им способности отличать правду от сфабрикованной реальности, истинное от ложного. Сосредоточенно-углубленное созерцание произведения традиционных форм искусства уступает место новому типу художественной коммуникации – коллективной рецепции в рассеянности информационного потока. В то же время из-за стремительного темпа *омассовления* и *коммодификации*, усиления процессов десакрализации искусства и его коммерциализации могут произойти необратимые изменения в культуре в целом [13]. Новые виды «реальности» ставят в уязвимое положение не только традиционные культурные формы и ценности, но могут угрожать самой сущности человека. Процессы преобразования полноценного осмысления содержания культурного артефакта в гедонистическое действие неизменно ведут к сдвигу концептуальных основ и культурных смыслов искусства [15]. Результатом таких нежелательных трансформаций культура в контексте ее неизбежной дигитализации сама может стать пространством для ассимиляции и распада ценностных и онтологических смыслов, изначально заложенных в объектах и кодах искусства, что будет способствовать еще большему ускорению процессов дегуманизации культуры.

В то же время исследователи отмечают, что интеграция искусства, науки и инновационных технологий позволяет создателям произведений открывать новые креативные пространства, осваивать и создавать культурно-творческие возможности для активности личности, созвучные духу времени. Одним из феноменов постмодернизма в целом и цифрового искусства в частности является полистилистика (стилевая диффузия и эклектичность), которая обладает значительным культурным потенциалом стимулирования



процессов демассификации культурных практик, при которых реципиент приобретает возможность не только задействовать культурное разнообразие цифрового искусства (в том числе, интерактивного), но и задействовать

оп- и off-коммуникации [5]. В этом плане широкие перспективы принадлежат современным образовательным программам, нацеленным на подготовку специалистов в области цифровой культуры и искусства.

Список литературы

1. Архитектоника современного искусства в режиме медиа: пространство, технологии, агенты: Коллективная монография / Е. Э. Дробышева, С. В. Лаврова, Д. С. Артамонов [и др.]. Санкт-Петербург: Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой, 2021. 177 с.
2. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Москва: Медиум, 1996. 124 с.
3. *Бодрийяр Ж.* Совершенное преступление. Заговор искусства. Москва: РИПОЛ Классик, 1995. 260 с.
4. *Долгих М. Н.* Дизайн в культуре сетевого общества: интерактивная природа и виртуальная жизнь. Томск: Изд-во Томского университета, 2016. 200 с.
5. *Ерохин С. В.* Цифровые технологии как основа формирования искусства постпостмодернизма и трансдисциплинарной области научного искусства // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 10–11 (24). С. 85–88.
6. *Кириллова Н. Б.* Аудиовизуальная культура как синтез реального и виртуального // Аудиовизуальная платформа современной культуры. 2020. С. 7–14.
7. *Кириллова Н. Б.* Медиалогия: Наука глобализованного мира. Учебное пособие. Москва: Академический проект, 2022. 424 с.
8. *Лаврентьева Е. А.* Цифровое искусство как новая художественная система коммуникации // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова. 2020. № 3–2. С. 191–202.
9. *Ландер И. Г., Кубах А. Х.* Видео-маппинг как новая форма творчества, его виды и возможности // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сборник по материалам XI международной научно-практической конференции. Часть II. Новосибирск: СибАК, 2012. С. 50–53.
10. *Нагорная Л. Н.* Глитч-арт: истоки и ценностные смыслы // Художественное образование и наука. 2021. № 4 (29). С. 159–166.
11. *Нагорная Л. Н.* Научные достижения и искусственный интеллект в мире музыкального искусства // Культура и образование. 2020. № 4 (39). С. 32–43.
12. *Нагорная Л. Н., Шлыкова О. В.* Цифровое искусство: симуляция или конструирование нового социокультурного пространства // Философия и искусство: Материалы VII Международной научной конференции, Москва: Российская академия музыки им. Гнесиных, 2023. С. 97–103.
13. *Сидорина Т. Ю.* Культурные трансформации XX столетия: кризис культуры в оценке западноевропейских и отечественных мыслителей: монография. Москва: Проспект, 2018. 384 с.
14. *Симонова С. А., Аталян Г. Б.* К вопросу об эволюции искусства в XX–XXI вв.: культурологический анализ // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2022. Т. 24, № 84. С. 84–92.
15. *Шапинская Е. Н.* Культура в эпоху «цифры»: трансформация культурных форм и эстетических ценностей // Медиа. Информация. Коммуникация. 2016. № 19. С. 15–34.



16. Шапинская Е. Н. Культура перед вызовами цифровой эпохи: теоретическая рефлексия и (пост) культурные практики // Диалоги о культуре и искусстве: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2019. С. 242–253.
17. Шлыкова О. В. Динамика культурных практик в современном музее // Художественное образование и наука. 2019. № 3. С. 118–123.
18. Шлыкова О. В. Цифровые практики публичного искусства: коммуникативные стратегии «умного» города // Вестник культуры и искусств. 2021. № 3 (67). С. 124–134.
19. III Мультимедийный фестиваль современной музыки «Биомеханика» (Москва). [Электронный ресурс]. URL: https://www.mosconsv.ru/ru/event_p.aspx?id=185593
20. Artplay Media. Центр цифрового искусства (Москва). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artplay.ru/events/vystavka-gustav-klimt-zoloto-moderna.html-0>
21. Atelier des Lumières (Париж). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atelier-lumieres.com/>
22. Teamlab Borderless Digital Art Museum (Токио, Одайба). [Электронный ресурс]. URL: <https://borderless.teamlab.art/jp/>

*

Поступила в редакцию 26.06.2024



ИТАЛЬЯНСКИЙ МОДНЫЙ ДОМ FENDI И РИМСКИЕ СТАТУИ: ПРИМЕР ИНТЕРКУЛЬТУРНОЙ АПРОПРИАЦИИ

УДК 811.161.1'37

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-85-92>

Е. С. Ежова

Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: katerina_yezh@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена использованию интеркультурной апроприации в мире моды. Этот инструмент рассматривается на примере обращения итальянского люксового модного дома Fendi к воспроизведению образов римских статуй на своей продукции. Автор поднимает несколько вопросов относительно самого явления интеркультурной апроприации, его проявления в индустрии моды и намерений марки при его использовании. Сначала анализируется само формирование предложенного термина «интеркультурная апроприация» на базе уже устоявшегося термина «культурная апроприация». Затем предлагается аналогия апроприации и воспроизведения произведений искусства, которая условно вводит данную практику в легитимное культурное поле. На следующем этапе рассматривается механизм функционирования интеркультурной апроприации как вторичной семиологической системы, или мифа. На теоретическом уровне вычлняются все составляющие мифического высказывания и описываются их взаимосвязи и отношения. На практическом уровне каждому из элементов мифа находятся соответствия в приведенном примере с использованием образов статуй на модной продукции и показывается, как с помощью мифа марка демонстрирует свои интенции и ценности.

Ключевые слова: интеркультурная апроприация, мода, искусство, миф, семиологическая система, интенция.

Для цитирования: Ежова Е. С. Итальянский модный дом Fendi и римские статуи: пример интеркультурной апроприации // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 85–92. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-85-92>

ITALIAN FASHION HOUSE FENDI AND ROMAN STATUES: AN EXAMPLE OF INTERCULTURAL APPROPRIATION

Ekaterina S. Ezhova

Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: katerina_yezh@mail.ru

ЕЖОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА – соискатель кафедры истории и теории культуры, Российский государственный гуманитарный университет

EZHOVA EKATERINA SERGEEVNA – applicant at the Department of History and Theory of Culture, Russian State University for the Humanities

© Ежова Е. С., 2024



Abstract. The article is dedicated to the engagement of intercultural appropriation by fashion. This tool is scrutinized on the example of references of Italian luxury fashion house Fendi to Roman statues on its products. The author raises several questions regarding intercultural appropriation as a phenomenon, its manifestation in the industry of fashion and intentions of the brand when using it. First, formation of the notion “intercultural appropriation” is analysed on the base of the already existing “cultural appropriation”. Then an analogy of appropriation and reproduction of works of art is considered to introduce the practice in question in the legitimate field of culture. Finally, the mechanism of functioning of intercultural appropriation as a secondary semiological system, or a myth, is suggested. On the theoretical level, all components of a mythical utterance are singled out, and their relations and interaction are described. On the practical level, each element of the myth is identified with a correspondent one in the studied example with the use of images of the statues on fashion products, and the way the brand demonstrates its intentions and values through the myth is shown.

Keywords: intercultural appropriation, fashion, art, myth, semiological system, intention.

For citation: Ezhova E. S. Italian fashion house Fendi and Roman statues: an example of intercultural appropriation. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 85–92. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-85-92>

В конце февраля итальянский люксовый модный дом Fendi представил коллекцию осень-зима 2024–2025 гг., в которой на ряде моделей одежды были воспроизведены несколько римских скульптур. Стоит также отметить, что модная марка уже обращалась к такой практике в коллекции, представленной в январе 2022 года. Такое заимствование образов искусства в индустрии моды представляет собой случай задействования инструмента интеркультурной апроприации, поскольку мы рассматриваем и моду, и искусство как два поля культуры. В рамках данной статьи ставится задача предложить ответ на несколько вопросов, а именно: «Что представляет собой интеркультурная апроприация?», «Как интеркультурная апроприация реализуется в моде?», «Что хочет сказать модный бренд, когда цитирует искусство?».

В поисках термина для явления цитирования произведений искусства, в нашем случае статуй, на продукции индустрии моды мы предлагаем «интеркультурную апроприацию», иными словами заимствование элементов одного поля культуры, искусства, другим – модой, учитывая пересечение этих двух полей и их взаимное влияние. Предложенный термин состоит из двух элементов, ведущим из которых представляется «апроприация», который в настоящее время встречается как

составная часть другого термина – «культурная апроприация». Последний представляет собой социологическую концепцию, рассматривающую взаимодействие культур через отношения власти. Иными словами, это использование символов и кодов малых культур большими, согласно статье «Культурная апроприация» в журнале и на платформе модной индустрии BE IN OPEN [5].

«Культурная апроприация», которая в настоящее время вызывает обширные и острые дискуссии не только в научных кругах, но и в социальных медиа, привлекая все более широкое внимание общественности, безусловно, является важной частью дискурса моды. Однако углубление в эту тему лежит за пределами целей данной статьи, и мы ограничимся упоминанием о том, что культурную апроприацию связывают с деколонизацией и капитализмом. Арслан Мингалиев, хранитель Этнографического музея Казанского федерального университета, говорит о том, что «исследователи постколониализма указывали, что апроприация (заимствование, присвоение) кардинально отличается от других форм межкультурного взаимодействия – ассимиляции (поглощения) и аккультурации (приобщения, взаимовлияния). Апроприация подразумевает заимствование частей культуры в «колониальной манере», то есть



элементы прямо копируются доминантной культурой и используются вне аутентичного культурного контекста» [5]. Света Сальникова, дизайнер бренда одежды fu: r, добавляет, что при искажении кодов и отсутствии указания на оригинальные источники вдохновения, «аутентичная культура забывается» [5]. Поскольку в основе исследуемого нами явления тоже лежит заимствование и «вырывание» из условной естественной среды, или контекста, образов искусства с последующим их инкорпорированием в модную продукцию, то есть их погружением в чуждый или новый для них контекст, видится вполне обоснованным применять термин «апроприация».

При этом возникает необходимость разграничить использование этого термина и сделать его приемлемым для моды и искусства, что и приводит нас к поиску прилагательного, которое смогло бы не просто уточнить использование выбранного термина, но и содержать в себе отсылку к пересечению двух полей культуры между собой с их взаимопроникновением и взаимодействием, что ведет нас к понятию «интеркультурный», где приставка «интер» означает «меж» и «между» [6]. Предлагаемое понятие, в свою очередь, косвенно отсылает нас к «интертекстуальности» с идентичной приставкой для дополнительной проверки. Согласно Большому толковому словарю по культурологии, «интертекстуальность» была введена Юлией Кристевой (Julia Kristeva), исследователем в области лингвистики и семиологии, «для обозначения спектра межтекстуальных отношений». Постулировалось, что «любой текст всегда является составной частью широкого культурного текста», то есть в любом тексте содержатся отсылки и цитаты, и любой текст существует на основании предшествующих текстов [3].

Указание на отсылки и цитаты дает нам основание предположить, что перенос элементов произведений искусства, в том числе изображений скульптур, на модную продукцию, то есть их непосредственное «цитирование» представляет собой про-

явление интертекстуальности, и дает нам основание предложить прилагательное «интеркультурный». Культуролог Мари Гонзалес (Mari D. Gonzalez) в своей статье, посвященной сравнению терминов «кросс-культурный» и «интеркультурный», обращает внимание на различие в употреблении этих терминов и отмечает, что «интеркультурный» относится к тому, что происходит между двумя или более группами с различной культурой при их взаимодействии и коммуникации [9]. Она добавляет, что адаптация, которая может быть отнесена к использованию образов скульптур на модной продукции, может быть только интеркультурной, а интеркультурная коммуникация фокусируется на взаимном обмене идеями и культурными нормами, а также способствует развитию глубоких взаимоотношений. Таким образом, используя прилагательное «интеркультурный» мы подразумеваем не исследование двух отдельных полей культуры, а именно их взаимопроникновение. Предлагаемое нами понятие «интеркультурной апроприации» содержит в себе указание на цитирование, адаптацию и смену контекста между двумя полями культуры – модой и искусством, и эта «апроприация» влияет на оба поля, то есть мы говорим именно о взаимодействии и взаимопроникновении.

Определившись с термином, мы задаемся вопросом, как интеркультурная апроприация реализуется в индустрии моды. Рассматривая пример с недавней коллекцией Fendi и цитированием образов статуй на модной продукции, можно отметить, что это пример воспроизведения предметов искусства в ином для них контексте, то есть в качестве принта на одежде.

Упоминание практики воспроизведения отсылает нас к работе философа и теоретика культуры Вальтера Беньямина (Walter Benjamin) «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости». Несмотря на то, что это эссе было написано в 1936 году, оно поднимает вопросы, актуальные и в настоящее время. Как замечает

Беньямин, произведения искусства всегда поддавались воспроизведению, и созданное одними людьми может быть повторено и другими [2]. Беньямин поднимает вопрос «технического репродуцирования», которое вполне применимо и к приведенному нами примеру. В качестве принтов на трикотажных изделиях и вышивке марка Fendi использовала образы произведений искусства, а именно трех статуй из Галереи Боргезе и церкви Святого Людовика Французского в Риме [10].

Беньямин отмечает, что репродукция, тем не менее, не эквивалента оригиналу, она лишена уникального бытия оригинала. «Собор покидает площадь, на которой он находится, чтобы попасть в кабинет ценителя искусства» [2]. По словам философа, репродуцирование обесценивает «здесь и сейчас» произведения искусства. Он предвидел стремление масс приблизить к себе вещи – то, о чем говорит Уильям Дерезевиц (William Deresiewicz) в «Экономике творчества в XXI веке», упоминая о желании людей видеть культуру, встраивающуюся в урбанистический образ жизни, когда картины выставляются в кафе. «Люди хотят окультуриваться по первому требованию и через свои гаджеты, а не в восемь вечера по четвергам в специально отведенном месте, куда надо нарядиться, доехать и сидеть там смиренно <...> И людям не нужно знать всю подноготную, чтобы наслаждаться» [4, с. 95]. Беньямин также упоминает о желании людей преодолеть уникальность и принять репродукцию, то есть обладать предметом через его образ, представленный репродукцией. Это желание людей вводит явление заимствования, или интеркультурной апроприации, в условно легитимное поле, а спрос на модную продукцию с принтами произведений искусства обеспечивает его оправданность. Таким образом, интеркультурная апроприация реализуется в индустрии моды через воспроизведение фрагментов образов произведений искусства, которые посредством различных технических средств переносятся на ткань или любую другую поверхность модной продукции.

Встает вопрос функционирования самого инструмента интеркультурной апроприации. В поисках ответа на него стоит отметить, прежде всего, что апроприация подразумевает под собой существование двух систем: первичной и вторичной. Какой-то элемент изымается из своего оригинального контекста, под которым мы можем понимать пространство экспонирования произведения искусства (в данном случае это будут галерея и церковь) и помещается в новый, чуждый для него, контекст (в данном случае на поверхность модной продукции). Рассматривая эти две системы через призму семиологического подхода, можно сказать, что само произведение искусства представляет собой первичную семиологическую систему, в то время как модная продукция – вторичная семиологическая система. Предпочтение отдается такому подходу, потому что он позволяет вывести в плане анализа основные элементы каждой системы апроприации, тогда как это вычленение было бы невозможным в плане жизненного опыта.

Поскольку в семиологии постулируется соотношение означающего и означаемого, то следующим шагом представляется выделение этих составляющих в приведенном нами примере. Марка Fendi цитирует три скульптуры: женская фигура в тунике, бюст богини и колонна Непорочного Зачатия [7]. Эти три произведения искусства представляют собой первичную семиологическую систему, в которой итог ассоциации означающего и означаемого представляет собой знак. Французский семиолог Ролан Барт (Roland Barthes) в своей работе «Мифологии» говорит о том, что знак полон и представляет собой смысл. Поскольку марка Fendi использовала скульптуры в качестве принта для своей модной продукции, то мы можем говорить о вторичной семиологической системе, которая выстраивается на уже созданной первичной системе. Здесь следует отметить, что мы говорим исключительно о тех моделях коллекции модной марки, на которых были воспроизведены образы римских статуй. То есть, мы рассматриваем



такие модные образы как вторичную семиологическую систему, которую Барт называет мифом, который «представляет собой особую систему в том отношении, что он создается на основе уже ранее существовавшей семиологической цепочки» [1, с. 271]. Подобно первой системе, миф также является итогом ассоциации означающего и означаемого. Обозначая элементы расширенной семиологической системы, Барт уточняет, что означающее в мифе представляет собой одновременно и итог первичной системы, что он называет «смыслом», и исходный член системы мифа, то есть «форма». Означаемое он называет «понятием», а третий элемент – «значением». Теперь рассмотрим каждый из этих составных мифа по отдельности сначала в теоретическом плане, используя схему Барта, а потом в практическом, переложенном на рассматриваемый нами пример.

Согласно Барту, «означающее в мифе предстает в двойственном виде, будучи одновременно смыслом и формой, с одной стороны полным, с другой – пустым» [1, с. 274]. Как смысл, оно обладает некоторой прочитанностью и чувственной реальностью. Эти качества наследуются из первичной системы. Смысл мифа сохраняет в себе часть предыдущей истории – истории из первичной системы, то есть римских статуй. Превращаясь в форму же, смысл опустошается и обедняется до голой буквальности, то есть до воспроизведенного образа статуй на одежде. Смысл содержал в себе целую систему ценностей, как отмечает Барт, и в этой системе ценностей мы можем увидеть статуи как произведения искусства Древнего Рима, сам факт того, что они находятся в Риме, место их экспонирования – галерея и церковь, и далее – вся та дополнительная фактическая и искусствоведческая информация, которую можно найти. В форме же вся эта система ценностей сводится до воспроизведенного образа статуи. «Но самое главное здесь то, что форма не уничтожает смысл, а лишь обедняет, дистанцирует, держит в своей власти» [1, с. 275–276]. Следует заметить, что под фор-

мой мы понимаем непосредственную форму модной продукции как ее физическое воплощение, то есть платье или брюки, например, в то время как смысл представляется как раз воспроизведённым фрагментом образа статуи, который и представляет собой чувственную наглядность. Именно эта чувственная наглядность становится условно прозрачной в мифе и выражает заданное понятие.

Понятие, то есть мифическое означаемое, детерминировано и определено заранее. Барт называет его движущей силой мифического высказывания. «В понятии заново создается цепь причин и следствий, импульсов и интенций» [1, с. 276]. Понятие несет в себе конкретную ситуацию и новую историю. Следует также отметить несколько основополагающих черт понятия, которые помогут нам увидеть намеченные интенции на рассматриваемом примере. Одной из таких черт является адресность, строго ориентированное понятие. В нашем случае модный дом Fendi представил свою новую коллекцию определенной группе людей, куда входили представители профессионального и бизнес сообщества среди прочих. Онлайн трансляция и фото материалы также адресны: к ним будут обращаться те, кому эта тема интересна и важна. Барт также говорит и о том, что одно означаемое может иметь несколько означающих. В приведенном нами примере это выражается в факте существования нескольких разных моделей одежды с принтами образов статуй. Такая повторяемость подтверждает наличие интенции. И еще одной чертой является неустойчивость мифического понятия. Иными словами, марка воплощает свои интенции разными способами в разных коллекциях, и задействованные инструменты могут меняться. Переходя к примеру, в поисках закладываемых интенций марки, мы смотрим на заявление Fendi, в котором арт-директор по Couture и женской одежде Ким Джонс (Kim Jones) говорит о том, что он обращался к архиву модного дома 1984 года. «Это был момент, когда британские субкультуры и стили стали общемировыми и поглотили



все мировые тенденции. И при этом с такой небрежной британской элегантностью и равнодушием к тому, что подумают другие, это так гармонирует с римским стилем» [8]. Джонс говорит о том, что в этой коллекции он объединяет функциональность и экстравагантность, простоту и театральность, салон и улицу, город и деревню. Он создает одежду для женщин, которые что-то делают, а не просто являются чем-то. Функциональность же становится заявлением о намерении. Можно предположить, что образы римских статуй отвечают за упомянутую экстравагантность и «римскость» коллекции, ее тесную связь с городом с богатейшим социокультурным наследием и штаб-квартирой Fendi.

Важно также отметить соотношение между понятием и формой, то есть теми интенциями, которые закладывает Джонс в свою модную продукцию ее физическим воплощением. Элементы понятия связаны ассоциативными отношениями: Джонс поясняет из каких архивных материалов он исходил при задумке своей коллекции, к каким социокультурным явлениям делал отсылку, какие основные черты хотел придать своей продукции. Элементы формы же соразмещены: образы статуй воспроизводятся на разных моделях одежды в разных ее частях, делая соответствующие визуальные акценты. Отношение понятия к смыслу носит характер деформации: первичные смыслы произведений искусства, в нашем случае статуй, деформируются или отчуждаются, они сводятся до буквального понимания, что это образы статуй. Через эту буквальность на первый план выходит интенция, то есть та история, которую хочет рассказать Джонс. «Под воздействием понятия смысл не отменяется, а именно деформируется, – или, чтобы выразить это противоречие одним словом, отчуждается» [1, с. 281]. Еще одной чертой мифа является то, что он обладает императивностью оклика, который в нашем примере как раз и выражен образами статуй. В свою очередь, образы статуй представляют собой визуальное воплощение интенций марки.

Что же касается восприятия заложенных интенций, то можно привести несколько прочтений в ряде профильных публикаций. В статье на портале Runway Magazine Элеонора де Грей (Eleonora de Gray) отмечает, что эта коллекция стала новой главой в нарративе современной моды и мастер-классом в балансировании между наивысшей формой простоты и абсолютной элегантности. «Добавляя практически мистический штрих к коллекции, некоторые модели были украшены едва видимыми лицами статуй, вплетая нить красоты Ренессанса в современный дизайн. Это тонкое внедрение классического искусства делает акцент на преданности Fendi слиянию исторического богатства и современной моды, создавая вещи вне времени и актуальные одновременно» [7]. В статье для издания Vogue Нурия Луи (Nuria Luis) говорит, что марка предлагает прежде всего функциональную моду, концепт, который Джонс ассоциирует с ДНК модного дома. Журналист добавляет, что образы статуй были единственными принтами в коллекции. Из этого замечания можно заключить, что эксклюзивность этих образов превратила их в эмоциональный акцент и визуальное воплощение «римскости» марки, одной из интенций дизайнера.

Отдельно стоит упомянуть тот факт, что Джонс уже помещал образы римских статуй на свои модели в коллекции высокой моды весна-лето 2022 года. Джонс тогда прокомментировал коллекцию так: «Когда прогуливаешься по улице в Риме, ты постоянно движешься вперед и назад во времени. То место, где мы работаем, кажется очень современным, по дороге ты проходишь мимо памятников. В городе чувствуется абсолютное отсутствие времени: поток истории, который пробегает через город, и движение, которое стремится вперед» [11]. Как отмечает журналист Эллисон Порте (Allyson Portee) в обзоре для издания Forbes, этой коллекцией Джонс отдал дань Вечному городу Риму, и эта коллекция настолько же фантазийна, сколь и реальна. Римские статуи присутствуют на многих моделях коллекции. Их фотографии были обработаны и перенесены



на ткани, а затем контур был вышит бусинами и перламутром [11]. Можно выделить два момента: 1) Джонс обратился к образам римских статуй, 2) он соединил фантазию и реальность. Выстраивается четкая параллель с нашим первым примером: воспроизведение статуй привносит идею «римскости», а фантазия и реальность соответствуют экстравагантности и функциональности. Джонс снова обращается к образам статуй для того, чтобы закрепить свою историю, и в этом реализуется мысль о том, что мифическое означаемое может иметь множество означающих. «Это говорит о том, что количественно понятие гораздо беднее означающего, зачастую оно лишь вновь и вновь воспроизводит само себя» [1, с. 278] По словам Барта, повторяемость понятия важна, потому что оно позволяет расшифровать миф, и такая повторяемость выдает скрытые интенции. И именно интенции, как составляющие означаемого, и являются источником жизненного импульса для мифического высказывания.

Таким образом, рассмотренный нами пример цитирования образов статуй на модной продукции демонстрирует использование инструмента интеркультурной апроприации, которая предполагает перенос образов из одного поля культуры, искусства в другое – в моду. Этот инструмент позволяет агентам индустрии моды осуществлять трансфер символических ценностей и культурного капитала на свою

продукцию. Важным моментом здесь является то, что этот инструмент функционирует через выстраивание вторичной семиологической системы, то есть мифа. Сам миф представляет собой некоторое сообщение, при этом не являясь ни вещью, ни понятием, ни идеей, но способом обозначения. Миф объединяет чистую материальность и социальное применение в единую систему: представленная Джонсом модная продукция несет в себе целый пласт интенций и символических ценностей марки, которые встраиваются в существующее социокультурное пространство. Важно также отметить и то, что понять само функционирование мифа можно только с помощью анализа его элементов. Означающее мифа чередует смысл и форму, и означаемое использует это чередование, чтобы привнести свою историю. Миф деформирует и протаскивает некие интенции, заложенные в его понятии. При этом эти интенции находят свое визуальное воплощение с помощью апроприированных образов искусства, в нашем примере – статуй. Такая практика делает восприятие образов искусства на модной продукции чем-то естественным и фактическим, в то время как его истинная природа лежит в семиологической системе. Именно такая естественность и фактичность обеспечивает восприятие – как самой модной – продукции с образами искусства; так происходит дешифровка интенций марки.

Список литературы

1. *Барт Р.* Мифологии / Пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. Москва: Академический Проект, 2008. 351 с.
2. *Беньямин В.* Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Электронный ресурс]. URL: <https://forlit.philol.msu.ru/lib-ru/benjamin1-ru>
3. Большой толковый словарь по культурологии [Электронный ресурс]. URL: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary/culturology-dictionary/fc/slovar-200-3.htm#zag-473>
4. *Дерезевич У.* Экономика творчества в XXI веке. Как писателям, художникам, музыкантам и другим творцам зарабатывать на жизнь в век цифровых технологий / Пер. с англ. Дарьи Ивановской. Москва: Лайвбук, 2021. 672 с.
5. *Манакина С.* Культурная апроприация. Как избежать скандала, вдохновляясь чужой культурой. Журнал BE IN OPEN. [Электронный ресурс]. URL: https://beinopen.ru/special/local_cultural_appropriation



6. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=9999>
7. *De Gray E.* Fendi Fall Winter 2024–2025. February 21, 2024. Runway Magazine. URL: <https://runwaymagazines.com/fendi-fall-winter-2024–2025/>
8. Fendi Women FW24 / Fall Winter 2024 at Milan Fashion Week. February 22, 2024. JTDapper Fashion Week. URL: <https://jtdapperfashionweek.com/2024/02/22/fendi-women-fw24-at-milan-fashion-week/>
9. *Gonzalez M.* Cross-cultural vs. Intercultural. IXMATI. URL: <https://ixmaticcommunications.com/2011/02/03/cross-cultural-vs-intercultural/>
10. *Nuria L.* The key takeaways from Fendi's Fall/Winter 2024–2025 show. February 22, 2024. Vogue. URL: <https://www.vogue.fr/article/fendi-fall-winter-2024–2025-show>
11. *Portee A.* *Kim Jones* Creates An Empowering Couture Collection For Fendi. January 27, 2022. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/allysonportee/2022/01/27/kim-jones-creates-an-empowering-couture-collection-for-fendi/?sh=44a3a2df4262>

*

Поступила в редакцию 10.07.2024



VR КАК КУЛЬТУРНАЯ ФОРМА КОЛЛЕКТИВНОГО ТВОРЧЕСТВА

УДК 14:004.946

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-93-98>

Е. А. Бетоева

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: liza.betoeva@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена осмыслению феномена виртуальной реальности (VR) как новой культурной формы творчества и художественного самовыражения. В работе анализируются отличительные особенности VR-пространства, открывающего безграничные горизонты для креативности и способного преодолеть физические ограничения реального мира. Особое внимание уделяется коллективному творчеству в виртуальной среде, позволяющей авторам из разных уголков мира объединяться в профессиональные сообщества для совместного создания произведений искусства. Рассматриваются преимущества такого подхода, включая эффективную коммуникацию, обмен идеями в реальном времени и синергию творческих усилий. В статье анализируется влияние VR на культурную эволюцию, трансформацию эстетических норм и межкультурный диалог. Анализируются формирующиеся жанры VR-искусства, синтезирующие элементы различных творческих направлений. Освещаются образовательный и познавательный потенциал технологий виртуальной реальности. Наряду с перспективами рассматриваются варианты дальнейшего развития VR как культурного феномена, включая этические, социальные и технологические аспекты. Подчеркивается необходимость междисциплинарного подхода к изучению виртуальной реальности учеными различных областей. В заключении делается вывод об огромном культурном значении VR и ее способности коренным образом преобразить эстетические представления, художественное восприятие и принципы межкультурной коммуникации, открывая новую эпоху в эволюции человеческой цивилизации.

Ключевые слова: виртуальная реальность (VR), коллективное творчество, культурное пространство, синтез жанров, технологии.

Для цитирования: Бетоева Е. А. VR как культурная форма коллективного творчества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 93–98. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-93-98>

VR AS A CULTURAL FORM OF COLLECTIVE CREATIVITY

Elizaveta A. Betoeva

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: liza.betoeva@yandex.ru

БЕТОЕВА ЕЛИЗАВЕТА АЛЕКСАНДРОВНА – аспирант, преподаватель кафедры Дизайн и ДПИ, Московский государственный институт культуры

БЕТОЕВА ELIZAVETA ALEKSANDROVNA – Postgraduate student, Lecturer at the Department of Design and Applied Arts, Moscow State Institute of Culture

© Бетоева Е. А., 2024



Abstract. The article is devoted to understanding the phenomenon of virtual reality (VR) as a new cultural form of creativity and artistic self-expression. The paper analyzes the distinctive features of the VR space, which opens up boundless horizons for creativity and overcomes the physical limitations of the real world. Particular attention is paid to collective creativity in a virtual environment, which allows authors from different parts of the world to unite in professional communities for the joint creation of works of art. The advantages of this approach are considered, including effective communication, real-time exchange of ideas, and synergy of creative efforts. The article analyzes the influence of VR on cultural evolution, the transformation of aesthetic norms, and intercultural dialogue. The emerging genres of VR art, synthesizing elements of various creative directions, are discussed. The educational and enlightening potential of virtual reality technologies is highlighted. Along with the prospects, options for the further development of VR as a cultural phenomenon are considered, including ethical, social, and technological aspects. The need for an interdisciplinary approach to the study of virtual reality by scientists from various fields is emphasized. In conclusion, it is concluded that VR has enormous cultural significance and the ability to fundamentally transform aesthetic concepts, artistic perception, and principles of intercultural communication, ushering in a new era in the evolution of human civilization.

Keywords: virtual reality (VR), collective creativity, cultural space, genre synthesis, technologies.

For citation: Betoeva E. A. VR as a cultural form of collective creativity. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 93–98. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-93-98>

В эпоху стремительного технологического прогресса виртуальная реальность (VR) становится одним из значимых феноменов, оказывающих глубокое влияние на развитие культуры и искусства. Данная технология открывает большие возможности для творческого самовыражения, преодолевая физические ограничения реального мира [13]. Изучение VR как новой культурной формы необходимо для понимания трансформаций в эстетических нормах, художественном восприятии и принципах культурной коммуникации, происходящих под влиянием технологий [16]. Цель данного исследования – показать влияние виртуальной реальности на эволюцию культуры и искусства, а также оценить потенциал VR для развития новых форм творчества и коллективного культуротворчества. Задачами исследования является анализ особенностей виртуальной реальности как уникального культурного пространства, исследование форм коллективного творчества в VR-среде и их преимущества, выявление влияния VR-технологий на культурное развитие, трансформацию эстетических норм и межкультурный диалог, определение перспектив и вызовов дальнейшего развития виртуальной реальности в контексте культурного феномена.

VR представляет собой искусственно созданную компьютерную среду, симулирующую реальность и создающую эффект полного погружения при помощи специальных устройств. Такая иммерсивная технология оказывает глубокое воздействие на человеческое восприятие и трансформирует традиционные представления об искусстве [12]. VR предстает как уникальное культурное пространство, не ограниченное физическими законами материального мира. Художники и обычные пользователи получают возможность воплощать самые смелые идеи и концепции, создавая произведения, зачастую невозможные в рамках объективной реальности [15]. Что особенно важно, в условиях VR происходит синтез различных видов и жанров искусства, начиная от живописи и скульптуры и заканчивая театром, музыкой и кинематографом. Стираются четкие границы между направлениями, рождаются новые гибридные формы культурного самовыражения [17], что ставит перед культурологами ряд фундаментальных вопросов о сущности искусства, его роли в обществе и влиянии на эстетические установки [18]. Виртуальная среда позволяет преодолевать географические ограничения,



объединяя авторов и зрителей со всего мира. В результате формируются новые творческие сообщества, устанавливаются прочные культурные связи между людьми [4]. Межличностное взаимодействие в VR порождает уникальную коллаборативную динамику, которая открывает простор для обмена идеями и культурного взаимообогащения в режиме реального времени [14].

Характеризуя виртуальную реальность как культурное пространство, важно осмыслить ее отличие от традиционных форм искусства. В сравнении с традиционными жанрами живописи, скульптуры или кинематографа, VR полностью погружает реципиента внутрь художественного произведения. Зритель перестает быть пассивным наблюдателем, становясь непосредственным участником творческого акта, что кардинально меняет саму природу восприятия искусства. Вместо статичного созерцания произведения извне, человек оказывается погруженным в виртуальную художественную реальность, взаимодействуя с ней при помощи всех органов чувств [8]. В VR-пространстве художники могут создавать удивительные по красоте, необычные, порой даже пугающие, объекты и ситуации, невозможные или сложно реализуемые в реальной действительности. Подобное расширение творческого воображения крайне важно для развития культуры [7]. Жанровые границы также размываются, появляются новые гибридные культурные формы. Тем самым VR образует уникальное культурное пространство, трансформирующее традиционные представления об искусстве и творческом самовыражении. VR предвосхищает будущую эволюцию культуры, меняя устоявшиеся эстетические каноны [7].

Одним из наиболее значимых культурных аспектов виртуальной реальности является возможность для коллективного творчества. VR-среда создает пространство, где авторы и зрители могут совместно участвовать в создании произведений искусства, взаимодействуя друг с другом в режиме реального времени. Наиболее очевидной формой такого

коллективного творчества является совместное создание виртуальных арт-объектов и инсталляций. В специальных VR-студиях и мастерских художники получают возможность работать сообща над крупномасштабными проектами, объединяя свои идеи и таланты. Они могут создавать невероятные скульптуры, наносить цифровые граффити, конструировать причудливые архитектурные сооружения. Например, в приложении VrChat. Особый интерес представляет коллективная работа над VR-анимациями и короткометражными фильмами. Творческие команды могут совместно прорабатывать сюжеты, создавать уникальные виртуальные декорации и персонажей. Процесс происходит в реальном времени посредством интерактивного взаимодействия (например в приложении Quill). В VR также формируются новые жанры перформативного искусства, синтезирующие элементы театра, танца, музыки и визуальных инсталляций. Участники коллективно разрабатывают постановки и затем воплощают их в VR-пространстве в качестве исполнителей (примером могут служить VR-сообщества по интересам).

Следует отметить, что коллективное творчество в VR не ограничено только созданием произведений искусства. В VR-среде проводятся масштабные культурные мероприятия наподобие концертов, поэтических вечеров, художественных выставок и даже свадебных церемоний, что открывает новые формы культурного взаимодействия и общения. Творческие коллективы и зрители из разных уголков мира могут собираться в единой VR-среде для совместного созидания и наслаждения искусством. В настоящее время получили большое распространение VR художественные галереи и музеи. Подобное явление способствует обмену культурными традициями и ценностями, формируя новые сообщества, объединенные общими идеями и интересами [5]. Коллективное творчество в VR выступает своеобразным культурным феноменом, требующим дальнейшего изучения культурологами. Оно демонстрирует способность новейших технологий служить платформой для созидания, межкуль-

турного диалога и развития искусства в принципиально новых формах.

Итак, коллективное творчество в VR обладает рядом значимых преимуществ, открывающих новые перспективы. Во-первых, как уже было сказано, VR-среда позволяет преодолевать географические барьеры, объединяя творческие силы из разных уголков мира. Возникает глобальное культурное пространство, в котором могут пересекаться и взаимодействовать различные традиции, стили и мировоззрения. Во-вторых, указанная технология обеспечивает новый уровень коммуникации и взаимодействия между участниками творческого процесса. Реалистичные аватары, возможность совместного перемещения в виртуальном пространстве, использование жестов и голоса – все это создает ощущение присутствия и погружает в атмосферу совместного творчества. Более того, VR предоставляет уникальные интерактивные инструменты, позволяющие воплощать идеи и прототипы проектов в режиме реального времени (например, VR-макеты зданий для архитекторов и дизайнеров). Виртуальная реальность стимулирует обмен идеями и творческим вдохновением. Погружение в совместно созданную среду открывает неограниченные возможности для ассоциативного мышления и рождения новых концепций (как в приложении Gravity Sketch). Взаимовлияние участников порождает креативные процессы, давая жизнь произведениям, к которым отдельные авторы могли бы и не прийти в одиночку. Коллаборации в VR выводят пользователей за рамки привычного разделения на авторов и зрителей. Реципиенты могут активно вовлекаться в процесс создания произведения, становясь полноправными соавторами, что открывает широкие перспективы для культурного познания и вовлечения широкой аудитории в творчество [11]. В целом коллективное творчество в VR способствует формированию уникальных профессиональных и любительских сообществ, объединенных общими устремлениями и интересами. Возникают крепкие культурные связи между участниками, появляются традиции и школы.

Синергия технологий и коллективного творчества делает виртуальную реальность поистине революционной культурной средой, открывающей большие возможности для созидания.

Нельзя не упомянуть и образовательный потенциал виртуальной реальности. VR предоставляет возможности для освоения искусства и приобщения к культурным практикам в интерактивной форме [19]. Обучающиеся могут изучать исторические памятники, произведения мастеров или осваивать художественные техники, напрямую взаимодействуя с виртуальными объектами. На более глубоком уровне VR ставит вопросы о природе искусства, его функциях и влиянии на человеческое сознание. Возможно, в будущем VR трансформирует само восприятие прекрасного и эстетические установки общества.

Однако, несмотря на все преимущества и влияние на культуру, дальнейшее развитие VR сталкивается с рядом проблем, которые необходимо учитывать [6]. Одним из ключевых аспектов является решение этических и социальных вопросов, порождаемых распространением VR-технологий. Серьезный вызов представляет защита авторских прав и интеллектуальной собственности в условиях свободного обмена цифровым контентом. Еще одной проблемой является то, что VR способна создавать нереалистичные ожидания и искажать восприятие действительности. Существует опасность чрезмерного погружения в виртуальные миры в ущерб отношению к реальному миру и социальным связям. Есть опасения, что распространение VR приведет к бегству части общества в идеализированные фантазийные миры, и эти пользователи потеряют связь с реальностью [1].

Важно найти баланс и не допустить негативных последствий. С технической точки зрения, разработчики VR-контента сталкиваются с проблемой эргономики виртуальной среды. Длительное пребывание в VR может негативно сказываться на здоровье пользователей, вызывая головокружения, тошноту и дезориентацию. Необходимы тщательные исследования воздействия на человеческий



организм [3]. Существующие на данный момент VR-технологии также ограничивают возможности создания по-настоящему реалистичных и убедительных виртуальных миров. Разрешение, качество текстур и эффектов пока не достигли уровня фотореализма. Для решения данной проблемы необходимо развитие вычислительных мощностей и алгоритмов рендеринга. Важнейшим вопросом остается междисциплинарное изучение феномена VR.

Виртуальная реальность затрагивает множество сфер – от культурологии и психологии до нейробиологии и кибернетики. Требуется комплексный подход, объединяющий усилия различных научных дисциплин для всестороннего осмысления данного феномена и его влияния на человека и общество. Тем не менее, перспективы развития VR как культурной формы остаются чрезвычайно широкими [10]. Можно предположить дальнейший технологический прогресс, совершенствование пользовательского опыта и создание по-настоящему фотореалистичных виртуальных миров, неотличимых от реальности. Такое развитие откроет невиданные горизонты для творчества. В будущем виртуальная реальность может стать неотъемлемой частью повседневной культуры, предоставляя возможности для самовыражения, образования и глобального культурного обмена.

Подводя итог, следует отметить, что виртуальная реальность представляет собой уникальный культурный феномен, открывающий широкие перспективы для творчества, художественного самовыражения и глобального культурного обмена. VR предлагает

культурное пространство, освобожденное от физических ограничений реального мира и позволяющее воплощать самые смелые идеи и концепции. При этом особую ценность представляет возможность коллективного творчества, преодоление географических барьеров и объединение творческих сил всего мира в профессиональные сообщества. Синергия технологий и совместного творчества порождает новые практики, синтезирующие элементы различных видов искусства – от живописи и скульптуры до театра и кинематографа. Рождаются гибридные жанры, трансформируя традиционные эстетические представления. Сама природа восприятия искусства меняется, когда зритель из пассивного наблюдателя превращается в непосредственного участника творческого процесса.

Вместе с тем дальнейшее развитие виртуальной реальности как культурной формы неизбежно столкнется с рядом проблем, в том числе этического и социального характера. Важно найти баланс, избежать чрезмерного погружения в виртуальность в ущерб реальной жизни и человеческим связям. Необходимо обеспечить защиту авторских прав и интеллектуальной собственности в условиях свободного обмена цифровым контентом. Решения требуют и технические проблемы эргономики, реалистичности и доступности VR-технологий. Только интегративный подход, объединяющий усилия культурологов, психологов, нейробиологов и IT-специалистов, позволит всесторонне осмыслить феномен виртуальной реальности и его перспективы для коллективного культурного творчества.

Список литературы

1. *Закутнов О. И., Тихонова В. Л.* Современный человек в пространстве виртуальной реальности // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 2 (67). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-chelovek-v-prostranstve-virtualnoy-realnosti>
2. *Китов Ю. В., Гертнер С. Л.* Искусственный интеллект как предмет культурфилософского анализа // Культура и цивилизация. 2024. № 3. С. 145–158.
3. *Коханевич О. В.* Онтология телевиртуальной реальности // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2015. № 9–10. С. 116–118.



4. Мешкова Л. Н. Цифровые технологии как фактор трансформации культуры // Вестник БГУ. 2020. № 3. С. 53–59.
5. Немькина О. И. Понятие виртуальности в философском контексте // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2011. № 1. С. 53–61.
6. Цуканова А. О. Психологические проблемы и перспективы виртуальной реальности // EESJ. 2022. № 6 (82). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-problemy-i-perspektivy-virtualnoy-realnosti>
7. AMT Lab @ CMU. The Key Role of VR in Preserving Cultural Heritage // AMT Lab. URL: <https://amt-lab.org>
8. Applied Sciences. VR Games in Cultural Heritage: A Systematic Review of the Emerging Fields of Virtual Reality and Culture Games // Applied Sciences. URL: <https://www.mdpi.com>
9. Cambridge Core. Effects of Immersive Virtual Reality in Enhancing Creativity // Cambridge Core. URL: <https://www.cambridge.org>
10. Capsule Sight. The Cultural and Societal Implications of Virtual Reality (VR) // Capsule Sight. URL: <https://capsulesight.com>
11. Frontiers. Virtual reality and collaborative learning: a systematic literature review // Frontiers. URL: <https://www.frontiersin.org>
12. J. Intell. Boosting Creativity through Users' Avatars and Contexts in Virtual Environments – A Systematic Review of Recent Research // J. Intell. URL: <https://www.mdpi.com>
13. MDPI. Cultural Heritage in Fully Immersive Virtual Reality // MDPI. URL: <https://www.mdpi.com>
14. ScienceDirect. A survey of multisensory VR and AR applications for cultural heritage // ScienceDirect. URL: <https://www.sciencedirect.com>
15. ScienceDirect. Influences of virtual reality on design creativity and innovation // ScienceDirect. URL: <https://www.sciencedirect.com>
16. Springer. Comprehensive systematic review on virtual reality for cultural studies // Springer. URL: <https://www.springer.com>
17. Springer. Effects of a VR-based collaborative painting approach on primary school students' creativity // Springer. URL: <https://www.springer.com>
18. Springer. Virtual reality in cultural education: Cultural integration and education // Springer. URL: <https://www.springer.com>
19. Springer. Virtual reality technology in art education with visual learning // Springer. URL: <https://www.springer.com>

*

Поступила в редакцию 06.07.2024



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КУЛЬТУРОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКЕ

УДК 008

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-99-106>

В. А. Есаков

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: esakov.va@yandex.ru

К. Б. Семенов

Государственный университет просвещения,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: sem.kur@mail.ru

Аннотация. В работе показаны возможности взаимодействия культурологии и педагогики в развитии такой отрасли, как культурология искусства. Проанализированы различные подходы к определению образовательных технологий. Внимание акцентируется на цифровых технологиях и возможностях их использования в культурологии искусства. В статье рассматривается вопрос о визуализации в искусстве, проанализированы некоторые классические произведения, которые переведены на язык цифровых технологий. Описана история создания электронной музыки и рассмотрены ее различные направления. Авторы в процессе анализа путей использования образовательных технологий в развитии культурологии искусства делают выводы о неограниченных возможностях развития культурологии и педагогики в процессе их взаимодействия.

Ключевые слова: технологии, образовательные технологии, культурология, культурология искусства, педагогика, визуализация, мультимедиа технологии, цифровые технологии, электронная музыка.

Для цитирования: Есаков В. А., Семенов К. Б. Использование современных образовательных технологий в культурологии и педагогике // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 99–106. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-99-106>

ЕСАКОВ ВАЛЕРИЙ АНАТОЛЬЕВИЧ – доктор культурологии, заслуженный работник культуры Российской Федерации, почетный работник общего образования Российской Федерации, профессор кафедры музыкального образования, Московский государственный институт культуры

СЕМЕНОВ КУРМАН БОРИСОВИЧ – доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики и современных образовательных технологий, Государственный университет просвещения

ESAKOV VALERY ANATOLIEVICH – DSc in Cultural Studies, Honored Worker of Culture of the Russian Federation, Honorary Worker of General Education of the Russian Federation, Professor at the Department of Music Education, Moscow State Institute of Culture

SEMENOV KURMAN BORISOVICH – DSc in Pedagogy, Professor at the Department of Pedagogy and Modern Educational Technologies, Federal State University of Education

© Есаков В. А., Семенов К. Б., 2024



THE USE OF MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IN CULTURAL STUDIES AND PEDAGOGY

Valery A. Esakov

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: esakov.va@yandex.ru

Kurman B. Semenov

Federal State University of Education,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: sem.kur@mail.ru

Abstract. The work shows the possibilities of interaction between cultural studies and pedagogy in the development of such a field as cultural studies of art. Various approaches to defining educational technologies are analyzed. Attention is focused on digital technologies and the possibilities of their use in cultural studies of art. The article examines the issue of visualization in art, analyzing some classic works that have been translated into the language of digital technology. The history of the creation of electronic music is described and its various directions are considered. In the process of analyzing the ways of using educational technologies in the development of cultural studies of art, the authors draw conclusions about the unlimited possibilities for the development of cultural studies and pedagogy in the process of their interaction.

Keywords: technologies, educational technologies, cultural studies, cultural studies of art, pedagogy, visualization, multimedia technologies, digital technologies, electronic music.

For citation: Esakov V. A., Semenov K. B. The use of modern educational technologies in cultural studies and pedagogy. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 99–106. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-99-106>

В настоящее время проблемы использования современных технологий рассматриваются с различных позиций. Решение данной проблемы находит свои пути на пересечениях различных отраслей знания. Следовательно, интересным представляется возможность использования технологий в культурологии и педагогике в процессе их взаимодействия. Современные технологии играют важную роль в образовательном процессе, в различных видах человеческой деятельности [9, с. 125]. Цифровая трансформация, которая произошла за последние годы, затронула все сферы жизни. Одним из направлений, которого коснулись современные технологии, является культурология.

Одним из важных составляющих в истории развития и взаимодействия науки и культуры является творчество, которое выступает как способ восприятия и мышления на всех этапах развития человечества. Именно твор-

чество позволяет установить связь с культурой, наукой и технологиями.

В современном мире происходят большие изменения в науке и технике. Внедрение цифровых технологий привели к совершенствованию многих процессов в культурном образовании, то есть созданы современные виды носителей информации и новые технологии мультимедиа [9, с. 212].

Термин «Педагогические технологии» исследуется в трудах современных ученых – В. С. Кукушина, Н. В. Матяша, Н. А. Моревой и других. Стремительное развитие современных технологий затронуло также область музыки, которая изучается в культурологии как вид искусства. Искусственный интеллект, инновационные музыкальные инструменты, информационно-сетевые ресурсы по отечественной и зарубежной музыке, программы набора нотных текстов могут способствовать формированию исполнительских навыков



у музыкантов. Благодаря применению интерактивных технологий можно повысить компетентность учащихся в учреждениях культуры, развить творческую мыслительную деятельность, активизировать способности и повысить эффективность обучения предмету. Таким образом, грамотное использование современных технологий – важная составляющая в образовании музыкантов в современном мире.

Культурология искусства приобретает новые черты в соответствии с изменениями, происходящими в нашей жизни, поэтому актуальность исследований, посвященных этой проблематике, вызывает особый интерес ученых. Представителями современных подходов к музыкальной культуре, проявляющими интерес и следующими за технологизацией, являются Б. Галеев, Я. Ксенакис, А. Моль и другие.

На сегодняшний день большой популярностью пользуются учебно-методические разработки американских исследователей (Д. Эванс, Р. Глейзер, Л. Холм и др.), которые создали ряд компьютерных учебных программ по музыкально-теоретическим дисциплинам.

Педагогические технологии – таким названием впервые стали пользоваться в США в 80-х годах 20-го века. И в нашей стране этот термин пришел в педагогику. Исследователь А. К. Колеченко отмечал: «Педагогическая технология – это набор операций по конструированию, формированию и контролю знаний, умений, навыков и отношений в соответствии с поставленными целями» [5, с. 150.]. Другими словами, педагогическая технология определяется «как систематический метод планирования, применения и оценивания всего процесса обучения и усвоения знания путем учета человеческих и технических ресурсов и взаимодействия между ними для достижения наибольшей эффективности образования» [7, с. 164].

Главные характеристики технологий: «концептуальность, системность, целеполагание обучения (метод обучения включает в себя инструменты контроля эффективно-

сти образовательного процесса), новаторство, оптимизация, корректируемость, повторяемость, управляемость, эффективность. В задачи преподавателя входит тщательная подготовительная работа, направленная на определение целей и задач, принципов и методов преподавания, содержания курса, проектирование конкретных ракурсов, выбор тем проектов, расширяющих кругозор учащихся, проектирование и структурирование конкретных операций в курсе» [6, с. 205].

Нас интересуют такие технологии, которые обогащают музыкальное образование мультимедийными и модульными составляющими для повышения эффективности обучения. Данные технологии имеют превосходство над всеми остальными в силу того, что обладают свойствами интерактивности для того, чтобы активизировать взаимодействие учителя с учащимися.

«Под мультимедиа технологией понимают совокупность аппаратных и программных средств, которые обеспечивают восприятие человеком информации одновременно несколькими органами чувств. При этом информация предстает в наиболее привычных для современного человека формах: аудиоинформации (звуковой), видеоинформации, анимации (мультипликации, оживления)» [4, с. 20].

Культурологию искусства необходимо заполнять модульными величинами – аудио- и видео- составляющими, которые отражаются в плоскости технической оснащенности учреждений музыкально-образовательной направленности, где имеется в виду не только наличие традиционных магнитофонов и видеоустройств, а также устройств с лазерной начинкой. Данные совершенства предполагают развитие самостоятельности обучающихся, усиливается восприятие контента с музыкальным содержанием за счет слияния таких элементов как анимация и видеоинформация. При этом происходит повышение эмоциональности за счет привлечения всех органов чувств к восприятию нового материала [3, с. 10]. Имеется и другая сторона – компетентность самих преподавателей, позволяющая



пользоваться компьютерными технологиями, поэтому есть необходимость повышения квалификации и совершенствования методик преподавания.

Компьютерные технологии могут активно использоваться в виртуальном режиме с одновременным усилением перцептивного элемента обучающегося с его общей психологической настройкой. Для реализации данного фактора в компьютерных технологиях может использоваться такой вид деятельности, как игра.

Мультимедиа технологии представляют собой совокупности, содержащие музыкальное компьютерное средство-редактор, в сочетании с другими элементами в виде игровых программ, комбинированных программ и их различные сочетания. Большую помощь в совершенствовании музыкального образования может оказать такой метод обучения, как моделирование. В процессе моделирования музыкальной действительности можно создавать уникальные аранжировки, а также – оркестровые импровизации, позволяющие создавать звуки, имеющие оригинальное звучание. Кроме этого в современном музыкальном образовании в разных странах используются модули; они имеют частое применение в высшей школе ввиду того, что предметы наполняются материалами для самостоятельного изучения. И в данном случае, в модульном обучении, процесс преподавания приобретает консультативную форму, так как модули содержат программное обеспечение.

Возможности сочетания текста, звука и графики, анимации и видео представляют собой мультимедиа. В данной теме рассмотрены практические проблемы, связанные с чрезмерным преобладанием мультимедийных форм подачи классической музыки. Но могут появиться обстоятельства, способствующие уменьшению разнообразия звуковых восприятий слушателем. В качестве своеобразной компенсации этих потерь применяется обновление концертной формы. Для правильного восприятия инструментальных концертов используется киноэкран, на кото-

ром демонстрируются различные изображения. Обычно при исполнении киномузыки на экране появляются соответствующие сцены фильма. Рассматриваются понятия «линейные» и «нелинейные» медиа применительно к искусству и наукам о культуре [2].

Одним из пунктов новизны нашего исследования может быть музыкальная визуализация. Новые музыкальные жанры включают в себя визуальные презентации и видеоклипы. Поднимается вопрос о визуализации образцов академической музыки в педагогике.

В то же время преподаватели искусства сталкиваются с проблемой того, как обращаться с новыми медиа технологиями и включать их в художественные планы. Исследователи пытались доказать, что это направление должно признать «эмоциональный поворот» внутри СМИ и охватить различные направления сотрудничества.

Грейс Рид (профессор кафедры общего образования Университета Маунт-Ройал, Канада) в ходе ретроспективного исследования обнаружила, что научное медиаобразование является важной составляющей в содержании преподавания естественных наук и за его пределами.

Аутентичные подходы к обучению направлены на то, чтобы погрузить учащихся в среду, которая способствует практическому применению знаний и обеспечивает содержательный опыт обучения, выходящий за рамки абстрактного преподавания в классе. В обоснованном теоретическом исследовании практики преподавания музыки в школах с высокими достижениями, проведенном Р. Уайтом, принимали участие 50 учителей из 23 школ Нового Южного Уэльса (Новый Южный Уэльс, Австралия). Их попросили описать, как они обучают своих старшеклассников и музыкальную среду, которую они курируют в своих школах. При изучении данных интервью было показано, что подлинное обучение занимает уникальное место в преподавании музыкальных программ в классе для успешных старшеклассников в Новом Южном Уэльсе. Это



подтверждается использованием комплексных, основанных на опросах и ориентированных на учащихся учебных задачах: видеожурналы, использование профессиональных ресурсов и опыта, а также совместное обучение в аутентичной обстановке внутри и за пределами классной комнаты. Вышеупомянутые исследования содержат подробный анализ применения новых медиатехнологий и художественного образования. Нельзя отрицать, что эти исследования внесли большой вклад в развитие соответствующих областей. Мы можем извлечь много уроков из методов и анализа данных. Однако исследований в области цифровых мультимедийных технологий виртуальной реальности для музыкального искусства относительно мало и необходимо в полной мере применить эти алгоритмы к исследованиям в этой области [3; 10].

Благодаря быстрому темпу развития ИТ в обществе требуется совершенствование новых форм музыкального обучения, фундаментом которого должны стать технологии, содержащие методы и средства с различными сочетаниями для активизации обучения. Среди новых наиболее эффективных средств считаются мультимедиа технологии.

Компьютерные технологии способствуют развитию воображения музыкантов в плоскости аудио материала. Сложный аудио контент представлен в виде модульного выражения таких составляющих как концерты, как спектакли оперного наполнения и элементы в виде мастер-классов учебной направленности. В использовании компьютеров для обучения музыкантов основной учебный вектор направлен в сторону творческого совершенствования с использованием визуализации в музыке. По-другому говоря, проектируются программы для быстрого построения презентаций, а также – создания видеоредакторов. Тексты с литературным содержанием устаревают ввиду широкой экранизации с использованием компьютерных программ.

Музыка без программного содержания представляется непригодной для зрительного воображения. Этот факт осложняется абстра-

гированным материалом внутри текста, что легко объясняется при историческом анализе. В то же время инструментальная музыка в 17 веке возбуждала творческий потенциал исполнителя и слушателя, позволяя визуализировать музыкальные произведения. Такой же силой обладала музыка И. С. Баха, способствуя развитию визуализации.

Слушатели инструментальной музыки страдали потерей образов из памяти; для восстановления этого свойства стали использовать медийные формы, и благодаря им появились новые образы. Часто стали использовать театрализованные формы представления музыкальных произведений. При этом стали смешиваться различные жанры – джаз, фольклор, песня. Создаются и исполняются различные музыкальные композиции фильмов и сериалов: «Игра престолов» и «Дом Дракона», «Дюна», «Аватар», «Уэнсдей», «Ведьмак», «Интерстеллар», «Мстители», «Пираты Карибского моря», «Звездные войны», «Темный рыцарь», «Сверхестественное», «Начало» и др.

В сети «Интернет» можно часто заметить разнообразное множество презентаций и видеоклипов «классических хитов». Это самые популярные виды визуализации. Компьютерные технологии позволяют создавать презентации пейзажей и других объектов, сопровождающихся симфонической музыкой. Эти материалы обладают педагогическим потенциалом. Визуализированные контенты о композиторе, о его творчестве, а также создание лекции для объяснения нового материала в процессе музыкального образования, имеют большой потенциал. Популярными являются, в настоящее время электронные учебники для обучающихся. Студенты в своих квалификационных работах также используют современные технологии в виде электронных средств. Хотя классическая музыка воспринимается через мультимедийные технологии по-другому, тем не менее, важное, определяющее место занимают исполнители, их способности и мастерство [1, с. 30].

Благодаря МТ происходит важная стимуляция аспектов обучения: осознание и вос-



приятие информации, мотивация к обучению, групповое обучение.

С 20 века благодаря появлению новых технологий происходили изменения в области музыкального искусства. Стали появляться исследования, в которых композиторы пришли к выводу, что отдельный звук может быть материалом произведения. Так стали появляться электронные произведения. В 20-м веке музыкантов называли «электронными мечтателями», в этот период создаются новые электронные инструменты. Так, например, большую популярность приобрел *терменвокс*, созданный Л. Терменом. Композиторы писали песни и перекладывали знакомые пьесы для этого нового инструмента.

В России В. Баранов на основе симбиоза зрения и слуха создал *оптофоническое фортепиано*. В 1930-х годах было создано устройство для изменения голоса, преобразующее человеческий голос в голос «робота», – *вокодер*. Композиторы часто использовали это устройство в своих работах. В 20-м и 21-м веках происходит создание новых жанров музыки – электроакустической, спектральной, синтезаторной, а затем и компьютерной музыки. Позднее в электронных инструментах стали использоваться звуки, генерируемые компьютером. Современные музыкальные произведения создавались на основе программы, объединяющей лучшие образцы мирового музыкального искусства.

Работа со звуком расширила возможности по созданию электронной музыки и проложила путь в мир цифровой музыки. Кроме того, использование компьютерной обработки звука позволило повысить эффективность работы по коррекции звука.

Прошлый век стал веком развития высоких технологий. Это коснулось и всех сторон жизни, в том числе и музыкального образования. Появились новые жанры искусства – такие, как электромузыка, возможности которой превысили известные виды. Технические преимущества способствовали воспроизведению естественных и неестественных звуков, в том числе были созданы уникальные звуки

струнных инструментов, таких как балалайка, гитара и другие.

Была создана «Электронная поэзия» Э. Варезом, ставшая началом соединения научного и музыкального модулей. В этом произведении создаются естественные и искусственные звуки. Для создания этого звука была сконструирована трехмерная проекция помещения, оснащенного 425 громкоговорителями, что явилось великим открытием.

Применение компьютерных технологий повысило технологичность приема и передачи информации в кратчайшие сроки, что позволило преобразовывать различные явления и процессы в музыкальную форму и – благодаря ИКТ – передавать цифровые копии на дальние расстояния. Объемы памяти увеличились, тем самым ускоряя развитие научно-технического процесса. Вместе с тем произошло насыщение ценностных оснований, их содержательное наполнение, преобразование музыкальных архивов в цифровые формы.

«Электронную поэзию» Э. Вареза в середине XX века можно отнести к направлению современного искусства, которое становится все более популярным как искусство науки.

«Небесная арфа» Ривза – сложное электронное устройство, превращенное воображением дизайнера в уникальный самоакустический инструмент. Затем Sky Harp обрабатывает полученные данные в режиме реального времени, а его собственное программное обеспечение преобразует их в музыку. *Небесная арфа* «установлена в парках, скверах, садах и других общественных местах во многих городах мира (Париж, Монреаль, Нью-Йорк, Москва)», этот инструмент установлен в различных парках разных городов и континентов.

Научные данные стали использоваться для развития конкретных дисциплин, но для решения определенных проблем стало необходимым соединить разные науки с использованием современных технологий, и такие формы взаимодействия породили новые произведения в мире музыки. Появился ис-



кусственный интеллект, и с его помощью создавались произведения искусства. Кроме этого, изобретателями были созданы такие инструменты, которые переводили движения пальцев и рук в музыкальную форму.

Резюмируя, представим некоторые выводы, которые считаем уместными в изучении обозначенной проблемы. Можно заключить, что с развитием общества в разные исторические периоды развивалась наука и вместе с ней развивалось и искусство. Они отражались в восприятии и мышлении поколений людей. Безусловно, это развитие сопровождалось новыми открытиями, но такое свойство человеческой психики как творчество оставалось объединяющим фактором. Цифровые технологии активизировали творческие возможности, стали появляться новые мультимедийные формы культурного воспроизводства. Сказанное позволяет констатировать факт соединения науки и искусства, при этом надо помнить, что границы применения технологий имеют предел своей реализации.

Образовательные, воспитательные и развивающие направления современного образования выполняются с помощью мультимедийных технологий, применение которых приводит к изменению основных параметров, связанных с систематизацией и обобщением музыкальных направлений, в конечном счете реализующихся в творчестве, разнообразно-

стях музыкальных жанров. Пространственное воплощение музыкального образования заключается в активизации эмотивной сферы, сопровождаемой образными представлениями, а также – методами сравнения и анализа, и выражается в таких психологических свойствах как развитость памяти, мышления, музыкального воображения.

Компьютеризированное обучение включает в себя модули, сочетающие традиционные основы с новыми методиками. В этом деле имеются проблемы технического характера, иногда сопровождающиеся недостаточной компетентностью педагогов, поэтому есть необходимость внедрения современных технологий в многоуровневую систему музыкального образования с одновременным определением главных направлений движения для совершенствования этого процесса.

Таким образом, медиа-информпространство свидетельствует о том, что культурный контекст цифровой цивилизации неуклонно меняется. Понимание этих трансформаций цифровой цивилизации и внедрение их в образовательную деятельность поможет повысить эффективность обучения и будет способствовать формированию исполнительских навыков у музыкантов, что придаст новый импульс развитию культурологии искусства и педагогической составляющей этого развития.

Список литературы

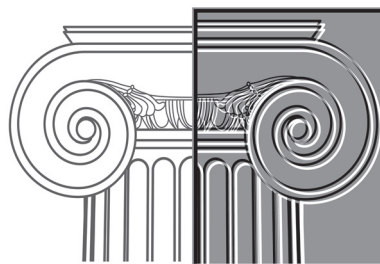
1. *Волобуев В. А.* Искусство как фактор формирования эстетического вкуса личности // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 2 (105). С. 30–33.
2. Вопросы современной науки: проблемы, поиски, решения: сборник научных трудов. Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательско-торговый Дом «Перспектива», 2023. 372 с.
3. *Гордиенко Т. П.* Возможности применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности будущего учителя музыки // Вестник Омского университета. 2006. Выпуск 4. С. 10–14.
4. *Есаков В. А., Волобуев В. А.* Эстрадно-джазовая музыка в контексте размышления о культуре и культурных кодах // Музыка и время. 2022. № 1. С. 20–23.
5. *Колеченко А. К.* Энциклопедия педагогических технологий. Санкт-Петербург: КАРО, 2002. 368 с.
6. *Селевко Г. К.* Современные образовательные технологии: учебное пособие. Москва: Народное образование, 1998. 421 с.



7. Семенов К. Б., Семенов А. К., Семенова А. С. Использование кейс-технологий в современном образовании // Вопросы современной науки: проблемы, поиски, решения: сборник научных трудов. Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательско-торговый Дом «Перспектива», 2023. С. 163–169.
8. Семенов К. Б., Урусова М. М. Вопросы информатизации в образовании // 100 лет профессиональному педагогическому образованию в Дагестане: перспективы развития: материалы научно-практической конференции. В 5-ти частях / Ответственные редакторы А. А. Цахаева, М. М. Асильдерова, Б. Б. Джамалова. Часть 5. Махачкала: Дагестанский государственный педагогический университет, 2017. С. 212–220.
9. Стражникова Т. И. Современные технологии обучения в образовании // Научный журнал КубГАУ. 2021. № 6. С. 125–131.
10. Щирин Д. В. Формирование восприятия духовной музыки в классе фортепиано: монография. Санкт-Петербург: Культ-информ-пресс, 2016. 165 с.

*

Поступила в редакцию 08.07.2024



ПЕДАГОГИКА
И ОБРАЗОВАНИЕ
В СФЕРЕ
КУЛЬТУРЫ



5.8.1. Общая педагогика. История педагогики и образования
(педагогические науки)

СЛАГАЕМЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ
МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-
КУЛЬТУРНОЙ АКТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ

УДК 378

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-108-115>

Н. В. Шарковская

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: 7948493@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена раскрытию сущности и специфики слагаемых педагогической модели формирования социально-культурной активности личности в современных учреждениях культуры. Выделены и охарактеризованы ведущие методологические и педагогические принципы, значимые для процесса становления и формирования данного качества личности. Обоснован выбор таких объективных показателей, детализирующих педагогическую модель, как техника воплощения, органичность, мобильность, контекст применения. Определена структура элементов, образующих ядро педагогической модели: личностный смысл, динамичность, эмоциональное состояние субъекта, переменные социально-культурной активности. Специфика педагогической модели показана на примере результатов аналитического обзора взаимной детерминированности ее прямых функций. В статье указаны научно-теоретические направления, значимые для дальнейшего исследования слагаемых педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.

Ключевые слова: личность, социально-культурная активность, методологические принципы, принципы социально-культурной деятельности, объективные показатели педагогической модели, структура и специфика педагогической модели.

Для цитирования: Шарковская Н. В. Слагаемые педагогической модели формирования социально-культурной активности личности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 108–115. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-108-115>

COMPONENTS OF THE PEDAGOGICAL MODEL OF FORMATION
OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY OF PERSONALITY

ШАРКОВСКАЯ НАТАЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА – доктор педагогических наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности, Московский государственный институт культуры
SHARKOVSKAYA NATALIA VLADIMIROVNA – DSc in Pedagogy, Professor at the Department of Social and Cultural Activities, Moscow State Institute of Culture

© Шарковская Н. В., 2024



Natalia V. Sharkovskaya

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: 7948493@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the disclosure of the essence and specificity of the components of the pedagogical model of the formation of socio-cultural activity of a person in modern cultural institutions. The leading methodological and pedagogical principles that are important for the process of formation and formation of this personality quality are highlighted and characterized. The choice of such objective indicators detailing the pedagogical model as the technique of implementation, organicity, mobility, and context of application is justified. The structure of the elements forming the core of the pedagogical model is determined: personal meaning, dynamism, emotional state of the subject, variables of socio-cultural activity. The specificity of the pedagogical model is shown by the example of the results of an analytical review of the mutual determinacy of its direct functions. The article identifies scientific and theoretical directions that are important for further research of the components of the pedagogical model of the formation of socio-cultural activity of a personality.

Keywords: personality, socio-cultural activity, methodological principles, principles of socio-cultural activity, objective indicators of the pedagogical model, structure and specificity of the pedagogical model.

For citation: Sharkovskaya N. V. Components of the pedagogical model of formation of socio-cultural activity of personality. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 108–115. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-108-115>

Исследование сущности и специфики слагаемых педагогической модели процесса формирования социально-культурной активности личности обусловлено выявлением конкретных методологических и педагогических принципов, ведущих функций, объективных показателей, значимых для познания квинтэссенции реально существующего феномена – социально-культурной активности личности. Данный феномен – целостное, полифункциональное явление в педагогической системе социально-культурной деятельности, которое формируется в ходе освоения личностью социального опыта, вбирающего спектр духовных потребностей, культурных ценностей и любительских интересов в педагогическом процессе учреждений культуры [7, с. 121].

При создании педагогической модели формирования социально-культурной активности нами принималась во внимание психолого-педагогическая информированность о моделировании – действенном методе проверки подлинности теоретических представлений о различных аспектах деятельности, в том числе профессиональной,

фиксации в заданной системе абстрактных представлений о сущности целостного изучаемого объекта [3; 4]. Указанный метод научного анализа – субстрат для признания следующего тезиса: целенаправленный процесс формирования социально-культурной активности личности в разных типах современных учреждений культуры предусматривает поиск эффективных педагогических технологий для выявления условий, гарантирующих продуктивность его организации.

Теоретико-методологической основой осуществления данного процесса является осознание правомерности акцентирования внимания на таких методологических подходах, как личностно-ориентированный, аксиологический, структурно-функциональный, доминирующих при изучении педагогических явлений в сфере культуры. Данные подходы воздействуют на динамику реализации не только общих методологических принципов, но и принципов социально-культурной деятельности, в своей совокупности позволяющих выявить слагаемые элементы педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.



В состав первой линии аналитического обзора принципов, ключевых для раскрытия сущности и специфики феномена социально-культурной активности личности, вошли такие общие методологические принципы, как принципы развития, системности, органического детерминизма и целостности.

Принцип развития заключается в создании определенных условий для организации процесса формирования социально-культурной активности личности в пространственно-предметной среде учреждений культуры – просветительской, волонтерской, культуроохранной, физкультурно-спортивной, рекреационной и др. Кроме этого, принцип определяет процесс овладения личностью новых сфер реализации социально-культурной деятельности, в том числе инклюзивного детского отдыха, эдьютейнмента, инклюзивного художественного творчества и прочих, а также – новых типов социального поведения в учреждениях культуры.

Указывая на значимость историко-педагогических основ познания сущности и специфики формирования социально-культурной активности личности, принцип развития предполагает: конкретизацию выбора методологической стратегии в виде ориентира научного познания личностного смысла формирования социально-культурной активности; исследование генезиса данного понятия в ведущих педагогических парадигмах теории социально-культурной деятельности.

Согласно данному принципу среди спектра теоретических задач педагогического моделирования процесса формирования социально-культурной активности личности выделяются задачи, связанные а) с актуализацией целевой социальной установки на исследование ее структурных элементов; б) с констатацией педагогических закономерностей, обуславливающих успешность формирования социально-культурной активности личности в учреждениях культуры; в) с выделением прямых функций педагогического моделирования процесса формирования социально-культурной активности личности.

Поиск конструктивного решения указанных задач обусловлен применением *принципа системности*, позволяющего изучить основы структурирования и функционирования педагогической модели формирования социально-культурной активности личности. Ориентация на указанный принцип, который «по своему статусу аналогичен другим философским универсальным принципам: каузальности, развития и т. п.» [1, с. 558], дает возможность не только выявить содержательные блоки педагогической модели формирования социально-культурной активности личности, но и аргументировать факторы выбора прямых функций самой педагогической модели.

Применение принципа системности нацелено на постановку и нахождение конструктивных решений таких проблемных вопросов, как возможность осуществления категориального анализа научных концепций социально-культурной деятельности в плане выявления специфики педагогического моделирования; осуществимость выбора критериев интерпретации методологических основ структурных элементов педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.

Принцип детерминизма, сфокусированный на определенных типах связей (связей педагогического управления, причинно-следственных связей и др.), указывает на активизацию психолого-педагогических знаний о личностной и деятельностной саморегуляции социально-культурной активности в контексте информационно-методического ресурса учреждений культуры; использовании педагогического дизайна в обосновании значимости выявления конкретного типа связи – фактора успешности процесса формирования данного качества личности.

В результате применения вышеназванных исходных теоретических положений оказывается возможным: а) популяризировать выбор такого подтипа социального института, как учреждение культуры – целостного структурного образования, значимого для формирования социально-культурной



активности личности; б) осуществить аналитический обзор различных типов связей между слагаемыми педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.

В качестве *мета-принципа* сопоставимости понятий и терминов при организации педагогического моделирования процесса формирования социально-культурной активности личности нами выбран методологический *принцип целостности*. С опорой на этот принцип в педагогическом процессе учреждений культуры выделены такие понятийно-терминологические сочетания, как «личность специалиста – педагогическая поддержка»; «духовные потребности – социально-культурная деятельность»; «профессиональный / любительский интерес – ситуации достижения личностных результатов»; «педагогические средства – гуманистически ориентированная среда»; «любительский коллектив – культурные ценности».

Считаем, что совокупность данных понятийно-терминологических рядов позволяет отразить сущность и специфику педагогической модели формирования социально-культурной активности личности, а в целом – раскрыть диалектическую взаимосвязь сохранения и изменения ее контактов с миром культуры в современной парадигме социально-культурной деятельности [9; 10].

В состав второй линии аналитического обзора принципов включены следующие педагогические принципы социально-культурной деятельности: принцип связи педагогической теории и инновационной общекультурной практики, принцип соотношения гуманистически ориентированной предметной среды учреждений культуры и педагогических технологий организации продуктивного досуга посетителей; принцип преемственности и перспективности в установлении гармоничных межличностных отношений специалистов и посетителей.

Среди ведущих положений, рассматриваемых в виде составной части процесса формирования социально-культурной ак-

тивности личности, выступает *принцип связи педагогической теории и инновационной общекультурной практики*. Актуальность овладения методологическими основами теории и организации социально-культурной деятельности предполагает систематизацию и интеграцию психолого-педагогических, культурологических знаний, глубинных личностных духовно-нравственных убеждений, сформированность социальной желательности личности разнообразить сферы реализации познавательных профессиональных / любительских интересов. Общекультурная направленность педагогического процесса учреждений культуры предусматривает распространение социально-гуманитарных знаний, умений и навыков на весь ход проектирования стандартных / нестандартных ситуаций осуществления социокультурного взаимодействия для увеличения жизненного цикла ведущих компетенций и, соответственно, накопления позитивного опыта личностью применения инновационных идей в сфере культуры. Реализация принципа позволяет расширить спектр наиболее распространенных видов социально-культурной активности – гражданской, художественной, познавательной, творческой и др., осмыслить условия их функционирования, в том числе с помощью педагогических технологий социально-культурной направленности, в том числе просветительских технологий, информационно-коммуникативных, культуротворческих технологий развития личности, а также – цифровых технологий.

Принцип соотношения гуманистически ориентированной предметной среды учреждений культуры и педагогических технологий организации продуктивного досуга посетителей предусматривает соответствие ценностно-смыслового содержания и педагогических средств социально-культурной деятельности в конкретных культурно-типовых ситуациях – ситуациях сотрудничества, ситуациях иррегулярности, ситуациях противоречивости [8, с. 191–193] К педагогическим условиям реализации принципа относятся



- а) координация партнерских отношений всех субъектов педагогического процесса в гуманистически ориентированной среде учреждений культуры с использованием конкретных технологий, в том числе кадровых, управленческих и др.;
- б) ориентированность педагогического процесса учреждений культуры на продуктивное достижение реализации духовных потребностей, любительских интересов и ценностных предпочтений посетителей в выборе форм активного досуга в соответствии с общими процессами макро / микро уровневых социальных изменений;
- в) вариативность форматов предоставления посетителям учреждений культуры разной по тематической направленности социальной информации о творческих видах организации свободного времени.

В социально-культурной деятельности данный принцип закрепляется в следующих правилах: педагогический процесс учреждений культуры призван целенаправленно осуществлять процесс формирования социально-значимых качеств личности, а в целом – базовой культуры личности; специалисты учреждений культуры призваны обеспечивать качественную организацию межличностного взаимодействия всех участников подготовки и проведения социальных и общекультурных событий.

Принцип преемственности и перспективности в установлении гармоничных межличностных отношений специалистов и посетителей предусматривает рассмотрение личности как субъекта ценностей социума и высших ценностей культуры, нормой которых является гуманность. Этот принцип требует уважительного и доверительного отношения к каждому посетителю учреждений культуры [5]. Педагогическую основу эффективного действия принципа составляют: доминантность внедрения рефлексивно-педагогических приемов в процесс организации социокультурного взаимодействия; при-

нятие во внимание досуговых предпочтений посетителей при вовлечении их в процесс организации социальных и общекультурных событий; оптимальное использование информационных, мультимедийных технологий для поиска эффективных педагогических средств упрочения доверительных межличностных отношений.

Среди педагогических детерминант осуществления данного принципа в учреждениях культуры выделяются следующие: приоритетность задействования активных и интерактивных методов установления целесообразных межличностных отношений в педагогической подсистеме «специалист – посетитель – посетители»; педагогическое сопровождение процесса социальной адаптации посетителей учреждений культуры как технология оптимизации процесса формирования межличностной толерантности; педагогический мониторинг качества координирования межличностных отношений – параметр действенности процесса формирования социально-культурной активности личности.

Исходя из отмеченного выше в виде объективных показателей, детализирующих педагогическую модель процесса формирования социально-культурной активности личности, нами выбраны:

- *техника воплощения*, фиксирующаяся графическое / текстовое закрепление модели, выраженной в рисунке / терминах;
- *органичность*, характеризующаяся наличием идентификационных признаков структуры элементов как стержня модели и структуры функций, в пределах которых они воспроизведены;
- *мобильность* – способность педагогической модели к изменению сообразно организационно-управленческим условиям совершенствования стратегий развития учреждений культуры;
- *уровневая эксплицитность структурных элементов педагогической модели*: высокая / низкая; *контекст использования* – целостный педагогический процесс учреждений культуры.



В общем, рассмотренные принципы, педагогические положения, а также объективные показатели обуславливают динамичность двух ассоциированных структур:

- структуры элементов, образующих ядро педагогической модели формирования социально-культурной активности личности;
- структуры прямых функций, в пределах которых они проецируются.

Основное предназначение структуры элементов – ключевого сегмента педагогической модели – состоит в выявлении характерных особенностей просоциальных действий личности в педагогическом процессе учреждений культуры посредством ее детализированных составляющих:

- *личностного смысла*, то есть сопряженности целей приобщения личности к культурным ценностям с мотивационной составляющей устойчивого положительного отношения к организации социально-культурной деятельности; несформированность личностной смысловой позиции развивает социально-культурную пассивность, выраженную в несистематическом посещении мероприятий, проводимых в учреждениях культуры;
- *динамичности*, то есть подвижности в виде конкретного уровня сформированности социально-культурной активности личности; стабильности ее прямых функций; стремления к реализации целей, обусловленных социокультурной мотивацией, эмоциями; смысловой установки, регулирующей временные характеристики адаптационного ресурса посетителя в учреждениях культуры;
- *эмоционального состояния*, то есть наполненности культурной жизнедеятельности личности эмоциями, чувствами как субъективной формой выражения духовных потребностей в оценочном отношении к конкретным организационным, педагоги-

ческим условиям, способствующим / препятствующим осуществлению социально-культурной активности, к происходящим общественным событиям в гуманистически ориентированной предметной среде учреждений культуры;

- *переменных социально-культурной активности*, то есть социально-культурной инициативности и социально-культурной исполнительности в кумуляции позитивного опыта реализации интеллектуальных, креативных способностей как фактора результативного проявления конкретного вида социально-культурной активности, основанного на рефлексии личностью выбора своей досуговой траектории развития в педагогическом процессе учреждений культуры.

Специфика педагогической модели формирования социально-культурной активности личности состоит в том, что в ее состав входят прямые, прикладные функции, зафиксированные в результате аналитического обзора научных трудов В. А. Сластенина, В. Э. Тамарина, Н. В. Шарковской [2; 8]. Проблематика взаимной обусловленности таких функций, как информационная, просветительская и стимулирующая, состоит в том, что каждая последующая функция призвана присоединять к себе предшествующую, допускать ее реализацию [8, с. 302]. Следовательно, чем разносторонне личность будет подготовлена к управлению и реализации указанных функций, тем более выраженный системный характер способен приобрести процесс формирования ее социально-культурной активности [8, с. 303].

Информационная функция – это опосредованность формирования социально-культурной активности доминирующими духовными потребностями личности, выраженными в свободном выборе разных социальных ролей – лидера, информатора, участника, генератора креативных идей; фактическими возможностями их осуществимости в педагогическом процессе учреждений



культуры посредством достижения поставленных целей, в том числе связанных с творческим саморазвитием и самообразованием; реализации социальной желательности в отношении расширения круга достоверных источников интегрированной информации о наиболее востребованных традиционных и инновационных технологиях организации эффективного досуга.

Просветительская функция заключается в актуализации целостного комплекса организационных и педагогических условий, способствующих реализации социально-культурной активности личности, в содействии самостоятельному выбору личности посетителя конкретного вида переменных социально-культурной активности в информальных видах самообразования, межкультурном и межличностном взаимодействии, любительском художественном творчестве и т. д.; использование технологии педагогического сопровождения посетителей, нацеленной на становление и развитие компетенций: социальных, общекультурных, предметно-практических; результативное участие в социально-культурных проектах на основе сотрудничества и кооперации со специалистами социально-культурной сферы; проявление личных творческих инициатив посетителей в решении актуальных проблем повышения информативности, а в целом – оптимизации системы управления в конкретных учреждениях культуры [6, с. 131–132].

Стимулирующая функция представляет собой изыскание оптимальных педагогических средств стимулирования социально-культурной активности личности с целью управления процессом формирования

практико-ориентированных умений и навыков, востребованных в педагогическом процессе учреждений культуры; выявление направленности любительских интересов посетителей, одним из важных критериев которой является готовность личности к инициативному / исполнительскому участию в прогнозировании и проектировании значимых событийных мероприятий в учреждениях культуры; принятие во внимание уровня сформированности мотивационных факторов, в том числе фактора развития динамики эмоционально-волевой саморегуляции личностью социально-культурной активности в педагогическом процессе учреждений культуры.

Содержательная многоаспектность рассмотренных функций, их выраженная ценностно-смысловая направленность в организации педагогического процесса учреждений культуры выступают в качестве эталона выбора слагаемых педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.

Перспективными сферами более глубокого исследования сущности и специфики слагаемых педагогической модели формирования социально-культурной активности личности, на наш взгляд, являются следующие: расширение возможностей аксиологического подхода как новой методологии педагогики культуры в исследовании слагаемых педагогической модели формирования социально-культурной активности личности; идентификация движущих сил как мотиваторов модернизации структурных компонентов и функций в педагогической модели формирования социально-культурной активности личности.

Список литературы

1. Садовский В. Н. Системности принцип // Новая философская энциклопедия. Т. 4. Москва: Мысль. 2001. С. 558.
2. Сластенин В. А., Тамарин В. Э. Теоретико-методологические основы исследования проблемы формирования социально активной личности // Формирование социально активной личности: сборник научных трудов. Москва: МГПИ. 1983. С. 3–17.



3. *Сурмин Ю. П.* Эксперимент и моделирование в социальном познании: сборник научных трудов. Томск. Изд-во Томского гос. ун-та. 1983. С. 184–203.
4. *Фридман Л. М.* Моделирование в психологии и психология моделирования // Вопросы психологии. 1977. № 2. С. 20–27.
5. *Шарковская Н. В.* Индустрия досуга как социально-культурный феномен // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств № 2 (94), 2020. С. 126–134.
6. *Шарковская Н. В., Ярошенко Н. Н., Мацукевич О. Ю.* Педагогический потенциал просветительской деятельности учреждений культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств № 4 (120), 2024. С. 127–134.
7. *Шарковская Н. В.* Социально-культурная активность – понятие современной социально-культурной деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств № 3 (71), 2016. С. 116–121.
8. *Шарковская Н. В.* Формирование социально-культурной активности личности в учреждениях культуры и образования: структурно-функциональный подход: дисс. ... доктора педагогических наук. Москва, МГУКИ. 2009. 425 с.
9. *Ярошенко Н. Н.* Историко-педагогическое осмысление социально-культурной деятельности: на пути к педагогике культуры: монография. Москва: МГИК, 2024. 260 с. (Труды Научного центра РАО на базе МГИК).
10. *Ярошенко Н. Н.* История и методология теории социально-культурной деятельности: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва: МГУКИ, 2013. 455 с.

*

Поступила в редакцию 20.08.2024



5.8.1. Общая педагогика. История педагогики и образования
(педагогические науки)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В КАДРОВОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ
СИСТЕМЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

УДК 378.1

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-116-124>

Л. И. Лазарева

Кемеровский государственный институт культуры,
Кемерово, Российская Федерация,
e-mail: lazarli@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена проблемам кадрового обеспечения воспитательной системы общеобразовательного учреждения, целью которой является укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей и противодействие распространению идей консьюмеризма в молодёжной среде. Воспитательная система рассматривается как взаимосвязь структурно-функциональных компонентов, являющихся постоянно действующим условием процесса воспитания и имеющих качественные критерии оценки результативности, к которым относится кадровый потенциал. Общеобразовательные школы остро нуждаются в специалистах, обладающих профессиональной квалификацией в области организации воспитательной работы во внеурочной деятельности школьников. Проблема кадрового дефицита педагогических работников воспитательной системы школы должна и может быть решена в рамках высшего профессионального образования. Важная роль в этом процессе принадлежит вузам культуры, имеющим педагогический потенциал и традиции социально-культурной деятельности для подготовки таких специалистов. В настоящее время происходят позитивные изменения в видении обществом назначения и содержания социально-культурной деятельности, ее сопряженности и неразрывной связи с деятельностью педагогической. В организации образовательной деятельности в вузах культуры открываются широкие возможности для введения новых направлений и профилей, ориентированных на подготовку педагогических работников воспитательной системы школы: педагога-организатора, вожатого, педагога дополнительного образования (организация детских общественных объединений), советника директора школы по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями.

Ключевые слова: воспитание, воспитательная система школы, вузы культуры, общеобразовательное учреждение, педагогические работники, профессиональная подготовка, социально-культурная деятельность, педагогическое образование.

ЛАЗАРЕВА ЛЮДМИЛА ИВАНОВНА – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, Кемеровский государственный институт культуры

LAZAREVA LYUDMILA IVANOVNA – CSc in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Social and Cultural Activities, Kemerovo State Institute of Culture

© Лазарева Л. И., 2024



Для цитирования: Лазарева Л. И. Педагогический потенциал социально-культурной деятельности в кадровом обеспечении воспитательной системы общеобразовательной школы // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 116–124. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-116-124>

PEDAGOGICAL POTENTIAL OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY IN STAFFING OF THE EDUCATIONAL SYSTEM OF A COMPREHENSIVE SCHOOL

Lyudmila I. Lazareva

Kemerovo State Institute of Culture,
Kemerovo, Russian Federation,
e-mail: lazarli@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the problems of staffing the educational system of a general education institution, the purpose of which is to strengthen traditional Russian spiritual and moral values and counter the spread of the ideas of consumerism among young people. The educational system is considered as an interconnection of structural and functional components, which are a permanent condition of the educational process and have qualitative criteria for assessing performance, which includes human resources. General education schools are in dire need of specialists with professional qualifications in the field of organizing educational work in extracurricular activities of schoolchildren. The problem of personnel shortage of pedagogical workers in the educational system of the school should and can be solved within the framework of higher professional education. An important role in this process belongs to cultural universities, which have pedagogical potential and traditions of socio-cultural activities for training such specialists. Currently, positive changes are taking place in society's vision of the purpose and content of socio-cultural activities, its interconnection and inextricable connection with pedagogical activities. In the organization of educational activities in cultural universities, new opportunities are opening up for the introduction of new directions and profiles focused on the training of pedagogical workers in the educational system of the school: teacher-organizer, counselor, teacher of additional education (organization of children's public associations), adviser to the school director on education and interaction with children's public associations.

Keywords: education, school educational system, cultural universities, educational institutions, teaching staff, professional training, socio-cultural activities, teacher education.

For citation: Lazareva L. I. Pedagogical potential of socio-cultural activities in staffing of the educational system of a comprehensive school. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 116–124. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-116-124>

В концепции подготовки педагогических кадров для системы образования на период до 2030 года подчеркивается значение национальных целей и задач развития Российской Федерации в сфере образования, координирующих развитие и функционирование воспитательной системы ее учреждений [3]. Деидеологизация Конституции Российской Федерации способствовала сокращению влияния государственной власти, появлению ситуации идеологического безвременья, что

нашло отражение в воспитательной работе учреждений образования [10, с. 84]. Недостаточное внимание к патриотической работе с обучающимися в последние три десятилетия привело к нивелировке в молодёжной среде системы традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Консьюмеризм, культ потребления, активно продвигаемый в России либеральными идеологами, сформировали в обществе, особенно у молодых его представителей, иерархию ценностей,



где личная выгода, приоритет самостоятельности и независимости, пренебрежительное отношение к принятым общим коллективным нормам стали доминировать и занимать главенствующее положение. Социальное общезнание заменялось на индивидуальную атомизацию и эгоизм, что приобретало подчас необратимый характер [1].

Одной из причин активного проникновения идей консьюмеризма в общественное сознание явилось недостаточное внимание педагогической общественности к вопросам духовно-нравственного, гражданско-патриотического воспитания подрастающего поколения в общеобразовательных учреждениях. Осознание вышперечисленных реалий обусловило появление важных нормативных документов: Указа Президента РФ "Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей", Указа Президента РФ «О внесении изменений в основы государственной культурной политики» [7; 8].

В данных документах подчеркивается, что российское общество в целом заинтересовано в воспитании, потому что от результатов воспитательной работы будет зависеть будущее России, в связи с этим необходимо вернуть воспитание в школу. В вышеназванных документах воспитательная политика обозначена в качестве стратегического приоритета государства. Кроме того, был издан Федеральный закон от 31 июля 2020 года № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся» [10]. Он утвердил единый подход к воспитанию в учреждениях системы образования, закрепив процесс воспитания в качестве обязательной части образовательной деятельности.

В Законе «Об образовании в РФ» отмечается, что воспитание – это деятельность, направленная на развитие личности, формирование у обучающихся трудолюбия, ответственного отношения к труду и его результатам; создание условий для самоопределения

и социализации обучающихся на основе социокультурных, традиционных российских духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства; формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, воспитание бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, к природе и окружающей среде [9]. Процесс воспитания в школе реализуется в воспитательной системе, представляющей взаимосвязь структурно-функциональных компонентов, направленных на достижение диагностично поставленных целей воспитания.

Сегодня значительное количество российских ученых продолжает работу над проблематикой теоретических основ и практического внедрения школьных воспитательных систем. В данных работах рассматриваются структурные элементы системы воспитания: цели, системообразующая деятельность, воспитательная среда, управление системой воспитания, субъекты воспитательной деятельности, критерии оценки воспитательной системы. Критерии оценки результативности системы воспитания подразделяются на критерии факта и критерии качества. Среди критериев качества выделяется воспитательный потенциал педагогических работников школы [12].

Важно отметить, что воспитательные задачи, стоящие перед общеобразовательным учреждением, могут быть успешно реализованы только в том случае, если в педагогическом коллективе есть высококвалифицированные педагогические кадры, основные должностные обязанности которых непосредственно связаны с воспитательной системой школы. Безусловно, учитель-предметник в первую очередь заинтересован в достижении учащимися высоких учебно-познавательных результатов по преподаваемому им предмету в рамках урочной деятельности. Однако даже



будучи классным руководителем и отвечая за организацию внеурочной деятельности класса, он не в состоянии самостоятельно создать единое воспитательное пространство, воспитывающую среду, которые присущи воспитательной системе школы. Для этого нужен коллектив педагогических работников, готовых на высоком профессиональном уровне осуществлять работу в рамках воспитательной системы и внеурочной досуговой деятельности школьников.

Анализ наименований научных статей на крупнейшем российском информационно-аналитическом портале eLibrary за последние три года, имеющих одним из ключевых словосочетаний «воспитательная система школы», показал их недостаточное количество. В результате заданного тематического запроса «воспитательная система школы» были выявлены статьи, в которых имеется данное словосочетание, но оно не является в тексте ключевым носителем наиболее важной и актуальной информации. Выяснилось также, что очень небольшое количество статей посвящено кадровому обеспечению воспитательной системы школы. Данные факты свидетельствуют о необходимости нового подхода к организации воспитательной системы школы, в частности, к ее кадровому обеспечению.

В воспитательной системе школы согласно штатному расписанию имеются штатные единицы, должностные обязанности которых непосредственно связаны с воспитательной системой: педагог-организатор, вожатый, педагог дополнительного образования, советник директора школы по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями. В настоящее время в вузах Российской Федерации имеется направление подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование» с направленностью (профилем) «Дополнительное образование». К названию профиля разработчики основных профессиональных образовательных программ обычно добавляют пояснение, например: «Дополнительное образование (в области изобра-

зительного искусства)». Данные пояснения касаются, в первую очередь, определённого вида искусства или науки: в области музыкального искусства, в области культурологии, в области филологии, биологии, технологии, физической культуры и спорта и т. п. Весьма ограниченное количество образовательных программ связано с подготовкой педагогических работников по профилю «Дополнительное образование (воспитательная работа)».

В то же время из бесед с руководителями школ и их заместителями по учебно-воспитательной работе выяснилось, что школы остро нуждаются в педагогических работниках, обладающих высшей профессиональной квалификацией в области организации воспитательной работы, внеурочной деятельности школьников. Однако в социологическом исследовании Кислякова А. В., Щербакова А. В., Буравовой С. В., посвященном проблеме совершенствования воспитательной работы в школе и исследованию профессионализма советника директора школы по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями, указывается, что в большинстве школ эти должности занимают учителя-предметники в рамках внутреннего совместительства [2]. Данная практика является обычной, учителя-предметники за дополнительную оплату соглашаются выполнять обязанности педагогов-организаторов, педагогов дополнительного образования и т. п., но насколько они готовы выполнять данные обязанности качественно? Потребность школ в педагогических работниках воспитательной системы должна и может быть решена в рамках высшего профессионального образования. Следует особо подчеркнуть, что вузы культуры имеют большой потенциал и не утраченные традиции для подготовки таких специалистов. Эти традиции сложились на кафедрах социально-культурной деятельности, которые готовили специалистов с педагогической квалификацией. После введения федеральных государственных образовательных стандартов третьего поколения вузы культуры были пе-



реориентированы на подготовку бакалавров и магистров социально-культурной деятельности. В дипломах об образовании исчезло слово «педагог», что послужило причиной для отказа работодателей в приеме на работу в учреждения образования специалистов в области социально-культурной деятельности, выпускников институтов культуры. В связи с этим студенты, планирующие работать в системе образования, вынуждены были на последнем курсе обучения проходить переподготовку по педагогическим специальностям в институтах и центрах дополнительного профессионального образования. Кроме того, нужно отметить, что распределение бюджетных мест по педагогическим укрупненным группам специальностей для вузов культуры было негласно упразднено. Следствием этого явилось сокращение педагогической составляющей в содержании подготовки выпускников. Из учебных планов стали исчезать дисциплины, которые могли способствовать формированию трудовых функций, знаний и умений, характерных для педагогической деятельности.

В настоящее время происходят позитивные изменения в видении обществом назначения и сущности социально-культурной деятельности, понимания ее сопряженности и неразрывной связи с педагогической деятельностью. Об этом свидетельствует отнесение социально-культурной деятельности к научной специальности 5.8.1. «Общая педагогика, история педагогики и образования». Ее содержание отражает основные аспекты социально-культурной деятельности, связанные с теориями и концепциями социализации и воспитания, их социокультурной обоснованности: с воспитанием личности в коллективе в условиях социокультурного пространства, с реализацией социально-культурных практик в рамках детских молодежных и общественных объединений, с исследованием педагогических условий организации социально-культурной деятельности обучающихся. Специалист в области социально-культурной деятельности имеет

непосредственное отношение к процессам воспитания, развития, образования личности в условиях специально организованной социально-культурной среды воспитательной системы школы.

В связи с этим встает вопрос о необходимости обновления содержания и моделей профессиональной подготовки студентов вузов культуры, в частности, обучающихся на кафедрах социально-культурной деятельности, связанного с введением в образовательную деятельность направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», где наличествует набор профилей, ориентированных на подготовку педагогических работников для воспитательной системы школы.

Педагогическое образование в России имеет достаточно широкий спектр. Его можно получить в различных, с точки зрения ведомственной подчиненности, высших учебных заведениях. До введения болонской системы на кафедрах социально-культурной деятельности в институтах культуры существовала профессиональная подготовка по специальности «Педагогика детско-юношеского досуга». Выпускники, освоившие данную образовательную программу, могли работать в качестве вожатых, организаторов досуга, педагогов дополнительного образования (воспитательная работа) в общеобразовательных учреждениях в статусе педагогического работника. В настоящее время Министерство науки и высшего образования Российской Федерации стало выделять бюджетные места на данное направление подготовки и для вузов культуры.

Анализ существующих направлений и профилей подготовки в отечественных вузах культуры показал, что наиболее распространенными профилями подготовки по направлению 51.03.03 «Социально-культурная деятельность» являются те, что связаны с менеджментом: «Менеджмент социально-культурной деятельности», «Менеджмент и технологии социально-культурной деятельности», «Менеджмент детско-юношеского досуга». Реже встречаются профили «Постанов-



ка и продюсирование культурно-досуговых программ», «Социально-культурная анимация и рекреация». В единичном формате представлены профили «Технологии досуга в социально-культурной сфере», «Методика и организация социально-культурной деятельности. Преподавание специальных дисциплин», «Проектирование социально-культурной деятельности. Преподавание специальных дисциплин», «Социально-культурные технологии индустрии досуга». В то же время в педагогических вузах, федеральных университетах по направлению подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование» создаются двойные профили, один из которых связан с педагогикой досуга, педагогикой дополнительного образования, педагогикой культуротворческого досуга, организацией внеклассной работы и так далее. В данном контексте вузам культуры следует обратить внимание на подготовку педагогических работников для воспитательной системы школы: вожатых, педагогов-организаторов, педагогов дополнительного образования (организация деятельности детских общественных объединений), советников директора школы по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями.

Среди перечисленных должностей следует отметить последнюю. В 2023 году в общеобразовательных учреждениях России появилась новая должность – советник директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями [5]. В должностные обязанности советника входит разработка стратегии системы воспитательной работы в школе, организация культурно-досуговых программ, направленных на профилактику различного рода аддикций, буллинга, вовлечение обучающихся в социально-культурное проектирование, волонтерство. К таким видам профессиональной деятельности готовили и готовят специалистов в области социально-культурной деятельности институты культуры, возрождая ещё не совсем забытые традиции советской высшей школы. Требования к знаниям и уме-

ниям, которыми должен обладать советник, и содержание его деятельности были определены в ходе общественного обсуждения и представлены в типовой должностной инструкции [6]. В должностные обязанности советника входит анализ и мониторинг внеурочных достижений учащихся; организация процесса формирования общей культуры школьников; сопровождение ученического самоуправления; подготовка и проведение различного вида культурно-досуговых программ; инициация волонтерских акций, социально-культурных проектов; стимулирование школьников на участие в юнармейских проектах и других событиях федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации». Кроме того, в обязанности советника входят учебно-методические, организационно-управленческие функции. Он участвует в разработке рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы школы. По окончании учебного года советник осуществляет проблемно-ориентированный анализ работы воспитательной системы школы, который находит отражение в аналитическом отчёте. Советник координирует взаимодействие участников образовательной деятельности в открытой культурно-образовательной среде школы, включающей различные учреждения социально-культурной сферы.

Анализ содержания типовой должностной инструкции советника показал ее сходство с должностными обязанностями педагога-организатора, вожатого и педагога дополнительного образования, изложенными в едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих. Их объединяет то обстоятельство, что все эти должности связаны с организацией досуговой деятельности школьников. Кроме того, в профессиональных стандартах педагогических работников их также можно идентифицировать в соответствующих трудовых функциях.

Педагог-организатор, вожатый, педагог дополнительного образования, советник долж-



ны поддерживать и сопровождать социально значимые инициативы школьников, создавать необходимые условия для их самореализации, творческого развития в свободное от учебы время, особое внимание уделять развитию коллективной творческой деятельности, обновлять содержание, методы и формы деятельности детских общественных объединений. В каждой инструкции подчеркивается необходимость осуществлять взаимодействие с коллегами, занимающимися вопросами организации досугового времени учащихся общеобразовательных школ, как в самом общеобразовательном учреждении, так и в открытой культурно-образовательной среде.

В то же время в деятельности педагога-организатора, вожатого, педагога дополнительного образования и советника есть отличия. Педагог-организатор в соответствии со своими должностными инструкциями ориентирован в большей степени на организацию в школе кружков различной направленности, клубов, студий и других структурных единиц совместной деятельности участников образовательных отношений, на осуществление мониторинга результатов данной воспитательной работы.

Вожатый нацелен на сопровождение деятельности временного детского коллектива, организацию отдыха детей в каникулярное время. В большинстве формулировок должностных обязанностей вожатого фигурируют глаголы «способствует», «принимает участие», которые подчеркивают подчиненность работы вожатого вышестоящим по должностному статусу педагогическим работникам.

Педагог дополнительного образования формирует ученический коллектив кружка, секции, студии и других детских объединений творческой направленности, планирует и проводит учебные занятия. В центре его внимания развитие творческих способностей обучающихся, формирование их знаний, умений и навыков, чаще всего в различных видах искусства.

Деятельность советника носит в большей степени организационно-управленческий характер, он участвует в разработке, реализа-

ции и мониторинге выполнения рабочей программы и календарного плана воспитания, организует участие всех заинтересованных лиц в проектировании данных документов. В его ведении находится участие общеобразовательной организации в деятельности Российского движения школьников, во всероссийских конкурсах и проектах [4, с. 103].

Обращение к содержанию профессиональных стандартов и должностных инструкций педагогических работников воспитательной системы школы дает представление о трудовых функциях и соответствующих им знаниях и умениях, которыми они должны овладеть в ходе своей профессиональной подготовки. Для организации образовательной деятельности в вузах культуры, осуществляющих профессиональную подготовку бакалавров по направлению «Педагогическое образование», открываются возможности для составления новых или обновления содержания имеющихся основных профессиональных образовательных программ. Следует подчеркнуть, что преимуществом в составлении данных образовательных программ в вузе культуры в сравнении с педагогическими вузами является богатый опыт работы по реализации направления подготовки «Социально-культурная деятельность». Социально-культурная деятельность имеет свою методологическую состоятельность, адекватный, вызванный переменами социальной динамики категориально-понятийный аппарат, что способствует развитию и расширению содержания профессиональной подготовки бакалавра педагогического образования в вузах культуры.

В заключении хотелось бы отметить, что расширение направлений подготовки в вузах культуры за счёт включения в их образовательную деятельность направления «Педагогическое образование» детерминировано возрастанием роли воспитания в учреждениях образования, в первую очередь, в общеобразовательных школах. Слаженная работа педагогических работников воспитательной системы школы во многом зависит от их го-



товности к профессиональной деятельности, включающей в себя не только знания и умения, но и общую культуру, мировоззрение, развитые педагогические способности, которые приобретаются в результате профессиональной подготовки. Для формирования содержания профессиональной подготовки педагогических работников для воспитательной системы школы в вузе культуры целесообразно использовать междисциплинарный подход. Междисциплинарный подход, ориентированный на интеграцию дисциплин образовательной программы, нивелирует противоречия в совокупности идей, теорий, знаний, умений, методов и приемов исследо-

вания в различных науках и областях научного знания, обеспечивает комплексное применение в профессиональной деятельности будущего педагогического работника теории и практики, полученной на основе изучения дисциплин социально-культурного и педагогического модуля. Весьма актуальным становится и компаративистский подход, обусловленный необходимостью сравнительных исследований, выполняющих прогностическую функцию в процессе формирования содержания профессиональной подготовки педагогических работников для воспитательной системы общеобразовательных учреждений в вузах культуры.

Список литературы

1. Гурбанов А. Г. Роль социальной аксиологизации потребления в становлении жизненного мира современного человека // Социально-гуманитарные знания. 2024. № 1. С. 36–41.
2. Кисляков А. В., Щербakov А. В., Буравова С. В. Исследование профессионализма советников директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями: инструментарий, диагностика, результаты исследования // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. 2023. № 2 (55). С. 133–145.
3. Концепция подготовки педагогических кадров для системы образования на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 июня 2022 г. № 1688-р: [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/5hVUIZXA2JMcPrHoJqfohMeoToZAwtA5.pdf>
4. Лазарева Л. И. Должностные обязанности педагогических работников в воспитательной системе школы: опыт сравнения // Научные открытия: междисциплинарный взгляд на исследования: сборник статей Международной научно-практической конференции (20 марта 2024 г., г. Новосибирск). Уфа: Аэтерна, 2024. С. 101–104.
5. Письмо Министерства просвещения РФ от 15.08.2022 № АБ-2332/06 «О направлении информации для информирования руководителей общеобразовательных организаций». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.informio.ru/update/school/27007>
6. Письмо Министерства просвещения РФ от 31.01.2023 N АБ-355/06 «О направлении разъяснений по вопросам введения должности советник директора по воспитанию». [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_439247/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/
7. Указ Президента Российской Федерации от 25 января 2023 г. № 35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики», утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1604954/>
8. Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении основ государственной культурной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/406130451/>



9. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.12.2023) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024). [Электронный ресурс]. URL: <https://zakonobobrazovanii.ru/>
10. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. N 304-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" по вопросам воспитания обучающихся". Принят Государственной Думой 22 июля 2020 года. Одобрен Советом Федерации 24 июля 2020 года. [Электронный ресурс] URL: <https://base.garant.ru/74451950/>
11. Цалиев А. М. О государственной идеологии в контексте статьи 13 Конституции Российской Федерации // Ленинградский юридический журнал. 2018. № 4 (54). С. 82–90.
12. Юрина В. М., Бердникова К. Э., Карпова М. А., Седова А. С., Чихутова А. Д. Системы воспитания В. А. Караковского, Л. И. Новиковой, Н. Л. Селивановой // Современные научные исследования и инновации. 2019. № 12. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/12/90647>

*

Поступила в редакцию 01.07.2024



5.8.7. Методология и технология профессионального образования
(педагогические науки)

*И*ЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО
ЯЗЫКА В ВУЗАХ КУЛЬТУРЫ:
ПРЕОДОЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ

УДК 372.881.111.1

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-125-131>

Л. Н. Итерман

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: Liliiaiterman@yandex.ru

В. С. Садовская

Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: shupik49@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена теоретическому изучению проблемы преодоления социальных и психологических трудностей в изучении иностранного языка в ВУЗах культуры. Рассмотрен личностно-ориентированный подход в обучении иностранному языку, особенности его практической реализации в образовательном процессе вуза. В статье выделены психологические и социальные трудности в ситуации реального учебного общения на иностранном языке, а также – объективные и субъективные причины их возникновения с учетом специфики творческой профессиональной деятельности студентов. Рассмотрено понятие психологического барьера как особого психического состояния, проявляемого в форме неадекватной пассивности. Установлены социально-психологические трудности на основе анализа теории психологии. Особое внимание авторы уделяют педагогическим технологиям, способствующим преодолению трудностей в изучении иностранного языка в вузах культуры. В статье описаны этапы реализации индивидуальной образовательной траектории для каждого студента как основного педагогического приема по преодолению трудностей в изучении иностранного языка в вузе. Приведены примеры педагогических способов активизации учебной деятельности студентов в условиях аудиторной, внеаудиторной и самостоятельной работы.

ИТЕРМАН ЛИЛИЯ НИКОЛАЕВНА – преподаватель факультета дополнительного образования, Московский государственный институт культуры

САДОВСКАЯ ВАЛЕНТИНА СТЕПАНОВНА – доктор педагогических наук, профессор, Заслуженный работник культуры Российской Федерации, декан факультета дополнительного образования, Московский государственный институт культуры

ITERMAN LILIYA NIKOLAEVNA – Lecturer at the Faculty of Further Education, Moscow State Institute of Culture

SADOVSKAYA VALENTINA STEPANOVNA – DSc in Pedagogy, Professor, Honored Worker of Culture of the Russian Federation, dean of the Faculty of Further Education, Moscow State Institute of Culture

© Итерман Л. Н., Садовская В. С., 2024



Ключевые слова: иностранный язык, трудности изучения, психологический барьер, стратегии, интегративные технологии.

Для цитирования: Итерман Л. Н., Садовская В. С. Изучение иностранного языка в вузах культуры: преодоление социально-психологических трудностей // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 125–131. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-125-131>

OVERCOMING SOCIO-PSYCHOLOGICAL DIFFICULTIES IN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE AT UNIVERSITIES OF CULTURE

Liliya N. Iterman

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow Region, Russian Federation,
e-mail: Liliiaiterman@yandex.ru

Valentina S. Sadovskaya

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow Region, Russian Federation,
e-mail: shupik49@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the theoretical study of the problem of overcoming social and psychological difficulties in learning a foreign language at universities of culture and art. The creative approach in teaching a foreign language and its main aspects, types of activities are considered. The article highlights psychological and social difficulties in the situation of real academic communication in a foreign language, as well as the causes of their occurrence. The objective and subjective difficulties associated with the process of teaching. The concept of a psychological barrier is considered as a special mental state, manifested as inadequate passivity, and creating an obstacle to the performance of certain actions. The causes of the psychological barrier, as well as strategies for overcoming psychological barriers, are determined. The authors who study in detail the aspects of the theory of strategy for overcoming psychological barriers are highlighted. The article analyzes integrative learning technology as the main direction of overcoming difficulties in learning a foreign language at universities of culture and art. Effective ways to overcome barriers in learning a foreign language at universities of culture and art are highlighted. Certain techniques and methods of overcoming language barriers are also considered.

Keywords: foreign language, learning difficulties, psychological barrier, strategies, intergrated technologies.

For citation: Iterman L. N., Sadovskaya V. S. Overcoming socio-psychological difficulties in learning a foreign language at universities of culture. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 125–131. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-125-131>

Одной из важнейших компетенций современного специалиста сферы культуры является владение технологиями организации межкультурных коммуникаций. Причем в условиях обострившихся межкультурных конфликтов использование «мягкой силы», к которой относится и межкультурная коммуникация, становится все более востребованным и актуальным.

Именно поэтому наличие этой компетенции у специалистов сферы культуры приобретает особое значение. В значительной мере ее формирование осуществляется при освоении студентами вузов культуры пространства иностранных языков. Кроме того возрастание конкуренции на рынке интеллектуального, творческого труда или, как все чаще теперь принято говорить, «креативных индустрий»,



предполагает возрастание роли образования в подготовке современного универсального специалиста, обладающего уникальными качествами коммуникатора, создающего вокруг себя творческое поле для реализации каждым человеком своих способностей и устремлений. Уровень подготовки специалистов в вузах культуры становится одним из основных стратегических ресурсов, способным оказывать непосредственное воздействие на социальные, политические и экономические реалии современного российского общества. Именно поэтому мы обратились к проблеме повышения качества обучения студентов вузов культуры иностранному языку.

Современный вуз культуры – это социальный институт, который представляет собой «живой организм», где в сфере образования сочетаются традиции и инновации. С одной стороны, функционируют традиционные творческие школы, а с другой, растут «как грибы» креативные инновации, характерные для всех видов современного искусства. Взаимодействие, взаимопроникновение и взаимообогащение традиций и инноваций невозможно без погружения в мир культуры других народов. Знание иностранных языков позволяет студентам свободно изучать достижения разных культур и использовать их в разработке собственных творческих проектов.

Есть еще одна особенность современного мира. Это все ускоряющиеся темпы нашего продвижения вперед, что накладывает отпечаток и на методики изучения и освоения иностранных языков. Студенты в короткие сроки хотят не только читать и переводить, слушать и говорить, но и освоить квалификацию «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». Именно поэтому на факультете дополнительного образования в Московском государственном институте культуры на протяжении многих лет осуществляется опытно-экспериментальная работа по подготовке таких специалистов в рамках программы профессиональной переподготовки. У истоков этого эксперимента стояла Л. А. Жумаева, кандидат педагогических наук, профессор, заслуженный

учитель РФ, многие годы возглавлявшая во МГИК кафедру иностранных языков. Сегодня наши выпускники успешно работают как в России, так и за рубежом.

Опытно-экспериментальная работа продолжается. В последние годы основное внимание уделяется поиску оригинальных педагогических технологий, которые позволяют снизить уровень социально-психологических трудностей и барьеров у студентов, осваивающих иностранный язык. С этой целью факультет дополнительного образования МГИК создал Центр иностранных языков и привлек к его работе специалистов, которые имеют педагогический опыт работы как со школьниками, так и со взрослыми людьми по повышению эффективности процесса освоения иностранного языка. Суть данного метода работы без всякого преувеличения можно назвать авторским. Учитываются психологические особенности студента, разрабатывается для каждого индивидуальная траектория освоения иностранного языка с опорой на мотивацию студента к обучению. При этом удается не только удерживать, развивать и расширять мотивацию к обучению, которая подвижна и в определенном смысле очень эфемерна («как пришла, так и ушла»), но и осуществлять помощь студентам в преодолении социально-психологических трудностей, которые тормозят и затрудняют процесс освоения иностранного языка.

Тема преодоления студентами разнообразных трудностей и барьеров при изучении иностранного языка в научной педагогической науке не нова. В разное время к ней обращались в своих исследованиях многие авторы. В широком смысле слова в каждом диссертационном исследовании, посвященном теории и практике освоения личностью иностранного языка, авторы касаются вопросов совершенствования методологии, методики и технологий обучения иностранного языка за счет снижения воздействия на личность объективных и субъективных факторов, тормозящих процесс овладения иностранным языком. Но ряд исследователей предметом



изучения сделали именно преодоление трудностей и барьеров в изучении иностранного языка. Среди них следует назвать, прежде всего, исследования по психологии Н. В. Агеевой [1], О. Г. Барвенко [2], Е. В. Залюбовской [5], Э. О. Цыбенко [8], Е. И. Чаплиной [9]; по педагогике – В. Л. Бернштейна [3], Т. И. Вербицкой [4], М. В. Репиной [6], О. Ф. Худобиной [7] и др. При этом авторы выделяют, помимо психологических барьеров [1; 2; 7], коммуникативные [5], психолингвистические [3], ценностно-смысловые [8] и другие трудности.

Вместе с тем можно отметить, что при всем многообразии исследований по этому направлению специальных работ, в которых бы рассматривались особенности и специфика преодоления трудностей в усвоении иностранного языка студентами творческих вузов, до настоящего времени нет. Авторы далеки от мысли полностью и окончательно ответить на вопрос, как преодолеть все трудности студентов творческих вузов в освоении иностранного языка; исследователи предлагают рассмотреть один из вариантов решения этой проблемы.

Современный студент творческого вуза – это самодостаточная сформированная личность, быстро и успешно овладевающая универсальными способами учебной и творческой деятельности. Динамично развивающаяся в одной из творческих сфер культуры и искусства, эта личность в определенной степени «притормаживает» при освоении иностранного языка. В результате трехлетней опытно-экспериментальной работы в Центре иностранных языков на факультете дополнительного образования МГИК при наборе в группы по программе «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» у каждого студента МГИК выявлялись те или иные трудности в освоении иностранного языка. Иногда это связано с ложными психологическими установками студента: «У меня нет способностей к языкам», «Для общения на языке музыки (танца) другие языки не нужны» и др.; иногда обусловлено психологическими особенностями личности – низкой самооценкой,

высоким уровнем тревожности, разнообразными страхами, отсутствием мотивированности. Подобные трудности формируются при определенном воздействии социального окружения: «Не хочу изучать язык врагов России», «Мне данный язык чужд» и т. п. Трудности возникают и на разных этапах обучения. Так, освоив лексику и грамматику языка, студент «комплексует» в ситуации реального общения на иностранном языке. Мало знать слова или правила, их необходимо использовать в устной или письменной речи. Другими словами, необходимо создать своеобразное колесо: движение слов из «интеллектуального банка» в реальное иноязычное общение, то есть, речь идет о создании оборотного речевого продукта.

Ключ к успеху студента в освоении иностранного языка находится у педагога, который использует различные методики, чтобы не просто облегчить процесс изучения языка, когда идет лавина информации по грамматике, расширение словарного запаса, употребление фразовых глаголов и идиом, а сделать его осмысленным, высокомотивированным и радостным. Результаты этой работы должны быть очевидны не только педагогу и студенту, но и окружающим. В нашем случае выбор педагогов был сделан в пользу личностно-ориентированного подхода. Этот подход позволил разработать для каждого студента индивидуальную образовательную траекторию с учетом его основного профессионального образования в сфере культуры. Это не только выбор соответствующего иноязычного контента для отработки навыков владения иностранным языком на всех этапах обучения, но и выбор темы итоговой аттестационной работы. Такой подход позволяет максимально индивидуализировать процесс обучения и обеспечить учет и преодоление всех социально-психологических трудностей, характерных для каждого отдельного студента.

К социальным трудностям принято относить объективные факторы, которые не зависят от студентов: низкий уровень подготовки по иностранному языку в школе; недостаточ-



ное количество часов по иностранному языку в творческих вузах; низкое качество специальных учебно-методических материалов; отсутствие иноязычной среды и др.

Высокая загруженность студентов аудиторной и внеаудиторной работой по основным творческим профильным дисциплинам усложняет процесс обучения и вынуждает педагогов использовать самые разные педагогические технологии, вплоть до дистанционных образовательных технологий.

К психологическим трудностям принято относить субъективные факторы, которые характеризуются особенностями каждой отдельной личности. Это низкая мотивация или ее отсутствие, индивидуальные психологические особенности, оказывающие негативное влияние на усвоение учебного материала, отторжение методики, которую использует педагог и др. При этом каждый педагог иностранного языка, независимо от того, какую методику он избирает, решает конкретные, актуальные задачи обучения, развития, воспитания. Назовем этот подход тактическим. В то же время наши педагоги ориентированы на решение стратегических задач, которые, по сути, являются перспективной мотивацией. Это получение двух дипломов: диплома о профессиональной переподготовке и Cambridge Certificate. Методика, выстроенная по программе Cambridge, позволяет подготовить студентов к международным экзаменам и решить ряд тактических задач в обучении. Согласно методике Cambridge – именно произношение играет важную роль в коммуникации. Ярким примером является сравнение фонем и омонимов; *hour* в переводе с английского – *час*; отдельное *our* – в переводе означает *наш*. Межзубные звуки отсутствуют в русском языке, поэтому важно, как мы произносим те или иные слова. Еще пример: *think* – означает *думать*, *sink* – *тонуть*. Неправильная позиция языка – и абсолютный конфуз при общении, который в дальнейшем формирует боязнь попасть из-за ошибок в произношении в неловкую ситуацию. В психологии это называют «страх контакта».

Разработка индивидуальной образовательной траектории для каждого студента основана на психолого-педагогическом сопровождении процесса обучения иностранному языку и включает несколько этапов.

Первый этап – это формирование мотивации. Мотивация бывает внешней и внутренней. Получение двух дипломов – это внешняя мотивация, которая исходит от педагога. Но важна еще внутренняя мотивация к обучению, которую невозможно сформировать без учета желаний, устремлений самой личности. Именно поэтому еще до начала обучения педагог определяет желания и устремления личности, чтобы определить осознанную внутреннюю мотивацию, которая поможет каждому студенту выстроить свою личностную стратегию овладения иностранным языком. Например, «хочу обучать иностранцев фотомастерству (хореографии, музыке)». Действенным способом определения осознанных трудностей при освоении иностранного языка является формулирование студентом препятствий на пути к осуществлению его цели. Затем он должен ответить на вопрос: «Что я могу сделать для преодоления препятствий на пути к цели». Эта индивидуальная работа студента позволяет ему активизировать когнитивные и психические способности для реализации своих интеллектуальных возможностей.

Второй этап – это программирование (планирование) процесса обучения. Этот этап предполагает разработку графика учебного процесса, содержание аудиторной, внеаудиторной и самостоятельной работы, а также – примерный перечень сопутствующих мероприятий, которые закрепляют навыки и умения межкультурной коммуникации.

Третий этап – это уже сам процесс обучения и корректировка графика учебного процесса, содержания аудиторной, внеаудиторной и самостоятельной работы, уточнение, дополнение перечня сопутствующих мероприятий. Это связано с тем, что обстоятельства жизни могут изменяться. Так, например, один из студентов во время обучения полу-



чил предложение пройти стажировку в одной из стран Азии, поэтому пришлось вносить в его план очень значительные изменения.

Четвертый этап – это этап контроля результатов обучения. Подведение итогов, выявление сильных и слабых сторон обучающегося. Контроль осуществляется на всех этапах обучения, и мы делим его на промежуточный, межсессионный и итоговый. Определение сильных и слабых сторон студента в достижении результатов обучения позволяет не только реально оценить уровень освоения специальными компетенциями, но и выявить новые объективные и субъективные факторы, которые тормозят эффективное овладение умениями и навыками межкультурной коммуникации в профессиональной сфере.

Важно подчеркнуть, что в разработке индивидуальной образовательной траектории педагог и студент – в определенном смысле – партнеры. Они помогают друг другу на пути освоения иностранного языка. Один педагог без участия в этой работе студента не способен решить эту проблему. Он может сам придумать гениальную траекторию, но она не будет жизнеспособной. В свою очередь, и студент не сможет предусмотреть всех «подводных течений», которые встретятся на его пути. Только на условиях партнерства и сотрудничества они могут добиться нужного результата. В основе такого сотрудничества лежит доверие и вера в успешность результатов обучения.

Немаловажное значение имеет и конкретная, поурочная методика обучения. Наши педагоги исходят из того, чтобы на каждом занятии присутствовал элемент новиз-

ны. Дело в том, что новое способно поддерживать интерес студента к предмету освоения. Какой бы гениальный педагогический способ не придумал учитель, через определенное время он приедается, становится обычным и уже не вдохновляет студентов. Например, ролевая игра, использование компьютерного программирования. В нашем исследовании, например, одним из интересных приемов является метод подстановки: модель грамматическая и лексическая, при использовании которой студент, заменяя фразы или слово, легко и главное – без ошибок строит предложения, как бы интегрируя языковую модель в жизнь. Другим практическим методом является, например, описание картинки на иностранном языке. Здесь на протяжении одной минуты студент говорит, организовывая текст, соблюдая произношение и темп. Таких приемов имеется множество. Они позволяют студенту «разговориться». Чем больше в процессе обучения таких новых неизбитых приемов, тем интереснее для студента процесс обучения, который делает его эффективнее.

В данной статье авторы поделились опытом обучения студентов вуза культуры по программе профессиональной переподготовки «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» и, в частности, обратили внимание на преодоление трудностей в процессе формирования компетенции по организации межкультурной коммуникации. Опытно-экспериментальная работа продолжается, и надеемся, что наши студенты смогут эффективно использовать в профессиональной сфере «мягкую силу», к которой относится межкультурная коммуникация.

Список литературы

1. Агеева Н. В. Стратегии преодоления студентами психологических барьеров при аудировании иноязычной речи: автореф. дис. ...канд. психол. наук. Курск. 2009. 21 с.
2. Барвенко О. Г. Психологические барьеры в обучении иностранному языку взрослых: автореф. дис. ...канд. психол. наук. Ставрополь, 2004. 24 с.
3. Бернштейн В. Л. Подготовка школьников к общению с носителями языка: Английский язык, СОУ лингвистического профиля: автореф. дис. ...канд. пед. наук. Пятигорск. 2001. 25 с.



4. *Вербицкая Т. И.* Педагогические условия преодоления психологических барьеров у студентов в процессе обучения иностранному языку: автореф. дис. ...канд. пед. наук. Калининград. 2003. 21 с.
5. *Залюбовская Е. В.* Преодоление коммуникативных барьеров в условиях совместной деятельности: автореф. дис. ...канд. психол. наук. Москва. 1984. 22 с.
6. *Репина М. В.* Педагогические условия формирования готовности студентов к преодолению барьеров иноязычного общения: автореф. дис. ...канд. пед. наук. Краснодар. 2009. 22 с.
7. *Худобина О. Ф.* Педагогические условия преодоления психологических барьеров у студентов билингвального обучения в вузе: автореф. дис. ...канд. пед. наук. Москва. 2007. 24 с.
8. *Цыбенко Э. О.* Ценностно-смысловые барьеры студентов технического вуза при изучении иностранных языков: автореф. дис. ...канд. психол. наук. Ростов-на-Дону. 2014. 22 с.
9. *Чаплина Е. И.* Стратегии преодоления психологических барьеров у студентов при изучении иностранного языка: автореф. ...канд. психол. наук. Москва. 2006. 23 с.

*

Поступила в редакцию 19.07.2024



5.8.7. Методология и технология профессионального образования
(педагогические науки)

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ ПРОДЮСЕРА
В ВУЗОВСКОЙ ПОДГОТОВКЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

УДК 378

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-132-142>

Л. А. Северова

Московский государственный институт культуры,
Химки, Российская Федерация,
e-mail: mila.234@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются способы продвижения социально-культурных проектов, творческих коллективов и учреждений культуры. Автор анализирует деятельность продюсера по созданию и продвижению социально-культурных проектов, а также приводит рекомендации для продвижения различных видов творческих проектов. Рассматриваются основные методы продвижения культурно-досуговых программ, используемых для подготовки социально-культурного проекта, дается характеристика их видов. В статье описывается роль фандрайзинга и краудфандинга для стратегии продюсирования социально-культурных проектов. Автор отмечает, что от успешного продюсера требуются развитые навыки индивидуального подхода, высокий эмоциональный интеллект, организованность, умение ясно видеть и грамотно сегментировать целевую аудиторию. Большой ценностью для продюсера является создание мотивированного добровольческого комьюнити с четко распределенными обязанностями по сферам деятельности. Автор анализирует адаптационные процессы проведения социально-культурных проектов под обновленные условия и разные площадки. Формирование профессиональных компетенций продюсера в вузовской подготовке на данном этапе находятся в постоянном обновлении и совершенствовании.

Ключевые слова: сфера культуры, продюсер, профессиональные компетенции, социокультурный маркетинг, продвижение в социальных сетях, продюсерство, учреждения культуры, волонтерство, комьюнити, фандрайзинг, культурно-досуговая программа, краудфандинг, социально-культурный проект, обучение служением.

Для цитирования: Северова Л. А. Формирование профессиональных компетенций продюсера в вузовской подготовке для продвижения социально-культурных проектов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 132–142. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-132-142>

СЕВЕРОВА ЛЮДМИЛА АЛЕКСАНДРОВНА – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности, Московский государственный институт культуры
SEVEROVA LYUDMILA ALEXANDROVNA – CSc in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Social and Cultural Activities, Moscow State Institute of Culture

© Северова Л. А., 2024



FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF A PRODUCER IN UNIVERSITY TRAINING FOR THE PROMOTION OF SOCIAL AND CULTURAL PROJECTS

Lyudmila A. Severova

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: mila.234@mail.ru

Abstract. The article discusses ways to promote socio-cultural projects, creative teams and cultural institutions. The author analyzes the producer's activities in creating and promoting socio-cultural projects, as well as provides recommendations for promoting various types of creative projects. The main methods of promoting cultural and leisure programs used to prepare a socio-cultural project are considered, and their types are characterized. The article describes the role of fundraising and crowdfunding for the strategy of producing socio-cultural projects. The author notes that a successful producer requires developed skills of an individual approach, high emotional intelligence, organization, the ability to clearly see and competently segment the target audience. A great value for a producer is the creation of a motivated volunteer community with clearly distributed responsibilities by field of activity. The author analyzes the adaptive processes of conducting socio-cultural projects under updated conditions and different platforms. Formation of professional competences of a producer in university training at this stage is in constant updating and improvement.

Keywords: cultural sphere, producer, professional competencies, socio-cultural marketing, social media promotion, production, cultural institutions, volunteering, community, fundraising, cultural and leisure program, crowdfunding, socio-cultural project, ministry training.

For citation: Severova L. A. Formation of professional competencies of a producer in university training for the promotion of social and cultural projects. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 132–142. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-132-142>

Продюсерское мастерство в социокультурной сфере в целом подразумевает всестороннюю деятельность, охватывающую любые возможные направления создания творческого социально-культурного проекта – не только финансовые и административные, как иногда принято считать. Однако для эффективной реализации социально-культурного проекта существуют специфические продюсерские технологии и уникальные возможности. При создании долгосрочного культурного продукта, направленного на помощь определенному сектору общества, организаторы должны помнить про системность.

В своей статье «Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена» научный деятель Т. Н. Суминова сделала вывод: «Отсюда получается, что профессия продюсера как будто тесно соприкасается

и с профессией менеджера, о чем свидетельствует и некоторое пересечение/сегментирование соответствующих профилю программ по реализуемым в российской высшей школе специальностям.

В этой связи возрастает потребность в формировании профессиональных компетенций у студентов вузов культуры и искусств в рамках направления подготовки Социально-культурная деятельность, профилю менеджмент креативных индустрий, менеджмент и технологии социально-культурной деятельности и постановка и продюсирование культурно-досуговых программ. Поиск новых форм и методов формирования профессиональных компетенций менеджера и продюсера в вузовской подготовке нуждается в постоянном обновлении и совершенствовании.



При формировании профессиональных компетенций обучающихся в вузах культуры и искусств в обучении преобладает практикоориентированное и проектное обучение. На сегодняшний день в Московском государственном институте культуры применяется образовательный подход «Обучение служением», включающий развитие профессиональных навыков обучающихся, таких как: развитие навыков командной работы, комьюнити и проблемного мышления. Применение этого подхода способствует формированию гражданской ответственности обучающихся и обогащает образовательный процесс в вузе».

Но, как показывает действительность, а также – анализ сущности и специфики деятельности подготавливаемых профессионалов, функционирование продюсера представляется более содержательным, чем арт-менеджера. Это объясняется тем, что собственно продюсер (как, впрочем, и арт-менеджер) должен рассматривать (и рассматривает) культуру (тем более, искусство, то есть артосферу) как целостный и стратегический ресурс/капитал развития социума, осознавать необходимость повышения содержательности, идейности, духовности создаваемых при его участии текстов арт-продуктов, не только призванных отражать окружающую действительность/реальность, но и пытающихся изменить ее в лучшую сторону» [9, с. 95].

В рекомендациях продюсерам доктор педагогических наук А. Д. Жарков отметил следующее: «Ваш управленческий персонал – это уникальное богатство, которым Вы обладаете. Если Вы хотите использовать Ваш бизнес-план для привлечения инвесторов, подчеркните опыт, знания и таланты руководителей различных благотворительных организаций и фондов. Покажите, что именно они помогают делать Вашу продукцию, Ваши услуги незаменимыми, и конкурентам нелегко будет вытеснить Вас с рынка. Помните, что инвесторы вкладывают средства в людей, а не в идеи» [5, с. 68].

Таким образом, можно выделить особую зону ответственности продюсера социально-культурных проектов – это определение мотивации и актуализация целей участников-организаторов и партнёров-спонсоров проекта, укрепление смысла сотрудничества. Открытость и четкая договоренность между сторонами на начальном этапе планирования помогут избежать разногласий и недопонимания в процессе или по завершении события и грамотно выстроить дальнейшие шаги по его продюсированию. Уже на данном этапе составляется договор, или иной документ, корректно оформленный с юридической точки зрения (в зависимости от требований сторон), в котором прописываются все детали сотрудничества. В него может быть включён и план рекламного продвижения программы, сроки предоставления услуг/продуктов/иного, ответственные лица на каждом этапе с обеих сторон, данные о площадке и тому подобное.

Современный рынок социально-культурных проектов требует результативности, системности и социального эффекта, устойчивой репутационной значимости для самого организатора. Чтобы социально-культурные проекты не теряли заинтересованности не только самих участников события, но и важных партнеров для дальнейшего продвижения других проектов, одной из задач продюсирования социально-культурных проектов является создание крепкого развивающегося сообщества, комьюнити. От успешного продюсера требуются развитые навыки индивидуального подхода, высокий эмоциональный интеллект, организованность, умение ясно видеть и грамотно сегментировать целевую аудиторию.

Определение стейкхолдеров проекта – этап, который часто пропускается организациями, что неочевидно, но усложняет дальнейшее продюсирование программы. Задачами этого этапа являются определение потребностей, мотивации и ожиданий целевой аудитории, изучение схожих успешных социально-культурных проектов, в том числе их отчетности.



Обращение к опыту общественных инициатив позволит избежать многих ошибок и найти альтернативные способы решения возникающих в процессе продюсирования задач не только при актуализации целевой аудитории своего социально-культурного проекта. Источниками подобного исследования могут стать сайты организаций/проектов, статьи в средствах массовой информации, публикации в социальных сетях, базы данных грантополучателей и другое.

Взаимодействие продюсера с представителями целевой аудитории программы способствует созданию фокус-группы, с помощью которой можно прорабатывать идею проекта, понять ее уникальность, потенциал и востребованность. В процессе анализа идей для постановки и продвижения социально-культурного проекта рекомендуется ранжировать их с помощью компоновки по четырем группам, начиная самыми сильными и заканчивая самыми слабыми:

- 1) уникальные, необычные, так называемые «прорывные» идеи;
- 2) распространённые, но рабочие идеи, с которыми участники уже знакомы – «мейнстрим»;
- 3) специфические идеи, интересные ограниченному кругу лиц – «нишевые»;
- 4) банальные и скучные идеи.

Регулярное оценивание модификации проекта на всех этапах продюсирования социально-культурного проекта – от этапа планирования до подведения итогов эффективности – рабочая технология ответственного специалиста учреждения культуры.

Собрав вышеуказанную информацию, продюсер получает возможность просчитать правильные и максимально продуктивные каналы продвижения программы. Полезно ориентироваться по следующей формуле: категория кампании + стейкхолдеры + бюджет = канал распространения.

Прогнозирование показателей охвата рекламной кампании возможно с помощью различных сервисов. Например, для телеви-

дения и радио таким сервисом является «Медиаскоп», демонстрирующий также и рейтинг телевизионной передачи для потенциальной интеграции рекламируемого проекта. Стоит отметить, что учреждениям культуры государственные каналы (в особенности региональные) регулярно предоставляют различные возможности для самопрезентации и информирования.

Digital-технологии позволяют проводить рекламные тесты в области контекстной и таргетированной рекламы и анализировать самые многочисленные данные, от охватов до количества кликов. Кроме современных технологий прекрасно зарекомендовали себя и самостоятельно проводимые опросы аудитории, организованные и до кампании, и после проведённого события. Такие опросы способствуют отслеживанию перемен в репутационной области проекта, достоверной оценке его эффективности.

Для дальнейшего развития программы учреждение культуры должно вывести итог, является ли полученный социально ориентированный результат максимально возможным при условии использования ресурсов, которыми учреждение располагает.

Поскольку продюсирование социально-культурных проектов максимально зависит от общественного мнения, следует учитывать, что оно имеет три основных этапа развития. При этом только две первые стадии являются благоприятными для работы над его корректировкой.

На первом этапе возникает триггер, влияющий на общественное мнение (в данном случае – социально-культурный проект), поднимается вопрос и последующее обсуждение.

Вторая стадия характеризуется появлением лидеров мнений: социум получает и собирает информацию о поставленном вопросе, формируются позиции, дискуссии. Здесь в задачу продюсирования входит необходимость создания экспертного мнения, в том числе путем взаимодействия с общественно значимыми экспертами.



Важно не пропустить этот этап и извлечь из него максимальную пользу для проекта и организации, повысить уровень доверия к ней. Желательно избегать прямых оппозиций, стараться заниматься консолидацией людей. Наличие агрессивно окрашенных, диаметрально противоположных мнений создает негативный эмоциональный фон для продвижения проекта. Сопричастные поднятому вопросу и идее программы эксперты, лидеры мнений, имеющие авторитет в обществе, должны разделять и ценности самих граждан. Именно они могут впоследствии привлечь важных для учреждения культуры личностей или значимые организации, которым на данном этапе сам проект может быть даже не интересен.

В процессе расположения общественного мнения в сторону продвигаемой позиции важно не забывать и о количественных результатах: та часть социума, которая еще не определилась в своей приверженности идее проекта, имеет основания ориентироваться на мнение большинства и положительный пример, модель поведения. Данные социологических исследований помогают лучше понять реальную обстановку в обществе.

Третьим этапом развития общественного мнения можно выделить конкретизацию стереотипной позиции социума. Эту стадию можно считать своеобразной фиксацией сформировавшихся ответов на поднятый изначально социальный вопрос. Продюсер может попытаться возобновить предыдущие этапы, но нужно быть готовым к тому, что на данной стадии смена ракурса малоэффективна.

Удачными инфоповодами для вывода рекламной кампании проекта в телеэфир могут стать законодательные инициативы, уникальная история участников социально-культурного проекта, эксклюзивные решения остросоциальных проблем и другое. Попав в базу ньюсмейкеров собственного корреспондента канала, организация получает возможность дальнейшей популяризации своей деятельности с его помощью.

Иногда контакты продюсеров и шеф-редакторов оказываются доступными в социальных сетях или в закрытых сообществах сотрудников третьего сектора. Грамотно продуманная подготовка к съёмкам, предварительная работа с героями сюжета являются задачами не столько корреспондента, сколько самого продюсера творческих социально-культурных программ.

На репутационную составляющую социально-культурного проекта ощутимо влияет уникальный бренд организации. Весомость бренда учреждения культуры прямо пропорциональна количеству успешно реализованных проектов. Организациям в сфере культуры доступны все его виды:

- 1) продуктовый (продвигающий конкретный проект или услугу учреждения культуры);
- 2) персональный (поддерживающий репутацию лидера учреждения культуры или участника программы);
- 3) корпоративный (заявляющий о деятельности учреждения культуры).

Отметим, что работа над личным брендом часто возложена на руководителя проекта или организации, и быть «носителем» миссии – крайне ответственная задача, подразумевающая постоянную работу над его формированием.

Выпуск «мерча», собственной продукции учреждения культуры, также помогает в продвижении бренда и самого проекта организации. Важно, чтобы «мерч» учреждения культуры эмоционально транслировал его ценности и повышал лояльность стейкхолдеров. Для некоммерческих организаций периодически проводятся различные конкурсы и реализуются программы, благодаря которым можно избежать производственных трат и оплаты услуг дизайнера.

Многие учреждения культуры успешно используют «мерч» в качестве наградной рекламной продукции, а также – дополнительного сбора средств для реализации социально-культурных проектов, обращаясь к таким каналам продаж, как маркетплейсы,



собственный сайт организации, шоу-румы, краудфандинговые платформы, рассылки, популярные блогеры и лидеры мнений. Частая ошибка – приобретение большого количества низкокачественного и нефункционального материала просто с логотипом организации: важно, чтобы «мерч» вызывал желание его использовать и даже демонстрировал некую позитивную общественную позицию того, кто его получил.

Существуют специфические правила для создания так называемого «доброжелательного» PR («public relations») в социокультурной сфере учреждения культуры:

- 1) оригинальность подхода к идее программы, акцент на уникальности организации и решения выдвигаемой проблемы;
- 2) наличие контактов и доступных источников информации о продюсируемой программе и об организаторе (от стандартной листовки-визитки до полноценного сайта и активных профилей учреждения культуры / события в социальных сетях);
- 3) экспертность в выбранной теме и/или возможность приглашать авторитетных лидеров мнений, разделяющих идеи проекта;
- 4) грамотно выстроенное получение обратной связи (анкетирование, опросы), благодарственных писем и рекомендаций;
- 5) регулярное участие представителей программы в различных тематических конференциях, конкурсах (в том числе – грантовых), фестивалях, прямых эфирах и так далее;
- 6) создание прогревающих событий с небанальным тематическим поощрением активных участников, напрямую связанных с основной идеей организации или прогреваемой программы;
- 7) постоянное развитие и обучение проектной команды, отслеживание трендов и инноваций в социально-культурной сфере.

Отдельным пунктом вынесем правильный подбор продюсером будущей площадки для проведения социально-культурного проекта. Как правило, в коммерческом секторе она подбирается на основании запросов сценария и бюджета проекта. Однако возможности организаций часто бывают сильно ограничены. Например, у учреждения культуры имеется или было предоставлено конкретное помещение, которое организация обязана по определенным договоренностям (контракты с местными органами управления, грантовые правила и другое) использовать для реализации определенных программ. В таком случае, перед продюсером встает задача адаптации программы под обновленные условия. Например, если формат проекта был задуман для ста человек, а в «выданном» помещении может принять участие только десять зрителей. Лучше, что может дать больше возможностей максимально задействовать площадку в проекте, создавать сценарий программы сразу под определенную территорию с учётом всех её достоинств и недостатков. Главное, при редактировании сценария будущей концертной или культурно-досуговой программы сохранить концептуально важные мизансцены и замыслы и найти альтернативные методы решения изменившихся технических задач.

Площадка проекта сама по себе может стать определенным инструментом для продвижения успешного социально-культурного проекта в руках опытного продюсера. Принято считать, что залог успеха события наполовину зависит именно от места, в котором оно проводится, и методики взаимодействия с ним организаторов. Потенциальные участники могут идентифицировать с площадкой масштаб проекта, статус организации и перспективность своего собственного участия.

Поднимая тему выбора площадки для культурно-досуговой программы в рамках социально-культурного проекта, нельзя игнорировать возможности, связанные



с большим количеством доступных в современных реалиях online-форматов, что отмечено в труде современных российских учёных Т. В. Астафьевой и В. Ф. Кудашова [1, с. 59]. Росту популярности такого способа реализации идей способствовали особенные условия жизни всех граждан мира во время пандемии Covid-19. Учреждения культуры были вынуждены пожертвовать проведением массовых и групповых очных программ в пользу индивидуальных форматов и выхода на дистанционные площадки.

Online-event на первом этапе освоения часто ошибочно казался простым, что привело к большому количеству скучных невостребованных программ и дискредитировало последующие проекты такого формата. Поэтому продюсирование такого рода дистанционных событий стало требовать введения определенных новых технологий и отказа от привычных традиционных методов, которые ранее успешно использовались для реализации оффлайн-проектов.

Несмотря на технологические непроработанные сложности в online-event, появившиеся возможности с минимальным использованием бюджета привлечь максимум участников к online-программе являются основательными причинами востребованности в изучении данной индустрии продюсерскими командами.

Выделим некоторые способы решения специфических продюсерских задач при организации online-события:

1. Использование возможностей, предоставляемых организациям. Например, приобретение доступа ко всем параметрам некоторых программ, таких как Zoom или Canva, предоставляется бесплатно или со значительной скидкой. Важно отслеживать подобные акции и грамотно составлять заявку на получение услуг.
2. Привлечение ответственного it-специалиста. Новые компьютерные технологии, особенно при работе над проектом с большим количеством

участников, требуют определенной квалификации или обучения членов продюсерской команды. Существуют компании и агрегаторы, позволяющие привлечь к реализации online-программы квалифицированных технических волонтеров (например, сайты «It-волонтер», «Пасека» и другие). Грамотное составление технического задания, выбор откликнувшегося специалиста с положительной репутацией способны решить масштабную часть технических проблем, которые так или иначе могут появиться в процессе подготовки или проведения дистанционной программы.

3. Создание правильной атмосферы события. Очные культурно-досуговые программы в рамках социально-культурного проекта легче удерживают вовлеченность зрителя, нежели дистанционные форматы, также по причине наличия тематически подготовленной площадки с соответствующим декором и невербальными особенностями. В данном случае могут помочь визуальные эффекты, предварительная договоренность с участниками касательно подготовки (например, использование определенных аксессуаров). Успешно зарекомендовал себя вариант с кейтерингом и доставкой призов (при наличии бюджета и небольшом количестве участников). Для образовательных и творческих мастер-классов могут быть высланы участникам заранее необходимые материалы, тематические наборы, костюмы.
4. Оригинальная форма подачи материала. Чем более необычной и запоминающейся будет программа, тем выше шанс её популяризации среди целевой аудитории, освещения в СМИ и рекламы последующих проектов организации. Игровая, «квестовая» составляющая равно



востребована и в детских, и во взрослых проектах.

5. Наличие харизматичного организатора/ведущего с хорошим аудио- и видеооборудованием. В начале популяризации дистанционных форматов очевидным стал вопрос о недостатках плохого технического оснащения учреждений культуры. Работа продюсера со светом и звуком здесь перешла в другую плоскость, которая стала ещё более востребованной из-за всего двух источников удерживания внимания участниками на процессе – визуальном и аудиальном. Речевые дефекты, голосовая дисфункция физиологического аппарата ведущих также являются проблемами, которые требуют повышенного внимания команды организаторов в дистанционных форматах. Умение удерживать внимание живого зала отличается от работы спикера с монитором, даже если отображаются лица участников.
6. Обязательные репетиции и генеральный прогон с последующими корректировками тайминга и сценарного плана. К сожалению, при соблюдении всех остальных технологий online-программы иногда удивляют организаторов низким качеством результата именно в связи с пренебрежением к теме данного пункта.
7. Использование разнообразных аудиовизуальных эффектов. Не рекомендуют ограничиваться лишь одними презентациями и выбранным фоном; подключение к программе музыкальных композиций, звуковых фрагментов и видеороликов позволяет избежать однообразия и монотонности дистанционного события.

Продюсер зачастую берёт на себя функции фандрайзингового отдела, который связан, если обобщить его направления деятельности, с материальным (в основном,

с финансовым) обеспечением социально-культурного проекта и самой организации и поиском «человеческих ресурсов», другими словами – волонтеров и специалистов pro bono. Если отталкиваться от традиционного определения понятия «продюсер», эта задача и должна находиться под его управлением. Однако заменить работу квалифицированного фандрайзера или, тем более, фандрайзинговой команды возможно только при грамотном тайм-менеджменте продюсера и при выделении приоритетных спонсорских источников, иначе могут пострадать другие функциональные сферы деятельности специалиста, обеспечивающие напрямую само качество спонсируемого социально-культурного проекта.

По мнению научных деятелей Е. И. Корнеевой и А. С. Брюхно, частью фандрайзинговой стратегии может стать продюсирование программы на краудфандинговых платформах – таких, как Planeta.ru [7, с. 7]. Данный вид продвижения стал настолько востребованным среди как некоммерческих, так и коммерческих организаций, что появилась отдельная специальность – крауд-продюсер, то есть специалист, который одновременно может вести несколько проектов разных авторов.

Краудфандинг для социально-культурных проектов является не только методом привлечения средств к бюджету организации, но и прекрасным способом для вовлечения новых волонтеров, бизнес-партнеров, представителей средств массовой информации, блогеров и неравнодушных граждан, что практически гарантирует популяризацию проекта. Разумеется, просто опубликовать программу и разместить «призы» для потенциальных спонсоров/доноров проекта на портале недостаточно – существует ряд определенных технологических процессов, несоблюдение которых приведёт к тому, что размещенный проект останется незамеченным.

Умение выстраивать взаимодействие с новыми волонтерами, донорами и благопо-

лучателями краудфандингового проекта может обеспечить долгосрочное партнерство, а не однократное пожертвование, и возможность меньших энергозатрат продюсерской команды в работе над последующими социокультурными программами. Крауд-продюсер должен контролировать ведение структурированной «спонсорской» базы и четко понимать, что в краудфандинге эмоции стейкхолдеров и отношения являются ведущими ресурсоорганизующими элементами.

Продюсеру важно адаптировать проект под краудфандинговые задачи, корректно настроить технические параметры, проанализировать и утвердить стратегию коммуникаций со стейкхолдерами, предварительно заручиться поддержкой имеющих волонтеров, журналистов, лидеров мнений в социальных сетях, изучить возможности, предоставляемые выбранной краудфандинговой платформой; это могут быть как специфические льготные финансовые условия, так и помощь PR-команды портала в продвижении акции путем размещения события на главной странице сайта, в социальных сетях платформы и другие бонусы.

Особо выделим задачи, значимые для успешного продюсирования социально-культурного проекта на краудфандинговых платформах:

- 1) изучение и анализ ниши;
- 2) подготовка небанального «продающего» описания самого социально-культурного проекта с понятной демонстрацией потенциальной пользы для благополучателей и участников и наличием предыдущих успехов в реализации схожих программ, либо опыта или экспертности в данном направлении;
- 3) корректировка цели проекта – как идеологической, так и финансовой (важное требование ко всем размещаемым программам – указание конкретной суммы, которую необходимо собрать авторам для положительного итога реализации проекта);

- 4) поиск необычных тематических вознаграждений, способных заинтересовать даже сторонних посетителей платформы, не имеющих первоначальной целью участие по теме размещенного проекта;
- 5) составление базы, которая будет включать в себя формирование стейкхолдерского сообщества (от журналистов и экспертов до популярных блогеров и телевизионных продюсеров);
- 6) соблюдение принципов взаимодействия и этики общения – как с представителями средств массовой информации, так и с подписчиками организации/программы в социальных сетях и тематических чатах;
- 7) поиск и заключение договоренностей с представителями популярных интернет-сообществ, соответствующих теме размещаемого краудфандингового проекта и готовых информационно поддержать продвижение программы с соблюдением заранее утвержденных условий взаимного сотрудничества;
- 8) анализ максимально возможных затрат на подготовку и доставку вознаграждений/аренду складского помещения, прогнозирование итоговых цен и расчет стоимости размещения на крауд-платформе (комиссии и тому подобное);
- 9) поиск соавторов проекта (при необходимости) для последующей коллаборации и распределения задач между партнерами;
- 10) учёт личных ресурсов продюсерской команды проекта;
- 11) поиск государственной поддержки в продвижении проекта (бесплатное размещение на баннерах, предоставление билетов в культурные учреждения города и другие варианты помощи, например, от органов местной власти);



- 12) отслеживание информационных поводов, подходящих для продвижения крауд-проекта;
- 13) постоянный контроль соблюдения PR-плана кампании и его корректировка при необходимости;
- 14) проведение online-интерактивов в социальных сетях для привлечения внимания к проекту, размещенному на краудфандинговой платформе;
- 15) ведение статистики эффективности проекта;
- 16) использование информационных рассылок (например, при помощи программы «Sendpulse» или ботов в телеграмм-каналах).

Проанализировав такую сторону продюсерской деятельности в учреждениях культуры, как волонтерский фандрайзинг, можно сделать вывод, что единственного привлечения людей к участию в планируемом социально-культурном проекте недостаточно. Волонтеров необходимо организовывать, контролировать (что подразумевает оформление волонтерской книжки и заключение договора о добровольческой деятельности), направлять, поощрять и «растить» до амбассадора организации, который может впоследствии и сам стать координатором волонтерских команд проекта.

Большой ценностью для продюсера является создание мотивированного добровольческого комьюнити с четко распределенными обязанностями по сферам деятельности (например, кто-то из волонтеров обеспечивает программу профессиональными фотографиями, кто-то – коучинговой поддержкой подопечных подростков и их родителей, кто-то проводит кулинарный мастер-класс в рамках проекта). Для волонтеров обязательно предварительное обучение и крайне желательно проведение специальных сближающих событий – от вечера настольных игр с лекциями по теме проекта до welcome-meeting с вручением формы волонтера с логотипом организации (и/или с девизом) для привлечения новых

добровольцев и их легкого «внедрения» в деятельность волонтерских команд.

Работа с волонтерами должна проводиться не менее щепетильно, чем со спонсорами, что включает в себя ведение структурированной регулярно обновляемой базы, анкетирование и опросы до и после встреч/проведённых программ, соблюдение индивидуального подхода и учет особенностей каждого добровольца, поддержание мотивации и решение внутренних конфликтов в волонтерских командах и другое. Из особо мотивированных добровольцев может получиться хорошая продюсерская команда (в данном случае важно, чтобы координировал команду сотрудник организации с развитыми управленческими навыками).

Т. Н. Суминова отмечает: «На сегодня ясно, что без продюсера как некой "системы" (профессии и собственно социокультурного феномена) существование в различных сферах человеческой деятельности, а тем более, в артосфере (художественной культуре и ее квинтэссенции – искусстве) представляется достаточно затруднительным, несовременным, а нередко и просто невозможным» [9, с. 97].

Таким образом, можно сделать вывод, что организационно-творческая деятельность продюсера по созданию и продвижению социально-культурных проектов подразумевает не только ряд специфических трудностей, но и огромное множество уникальных возможностей.

Продюсер творческих социально-культурных программ охватывает самые разнообразные задачи – от продвижения события на краудфандинговых платформах, комьюнити-менеджмента и ведения социальных сетей до поиска партнеров, волонтеров и управления каждым этапом реализации и продвижения социально-культурного творческого продукта, опираясь при этом на традиционные и альтернативные технологии и на системное продвижение социальной культурной идеи.



Список литературы

1. Астафьева Т. В., Кудашов В. Ф. Интеграционно-дистанционная форма постановки современных театрализованных представлений и праздников как результат развития медиатехнологий // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 52. С. 56–62.
2. Варлыгина З. В. Особенности продвижения культурных проектов в социальных сетях // Интернет-маркетинг. 2020. № 4. С. 318–330. [Электронный ресурс]. URL: <https://grebennikon.ru/article-bd4t.html>
3. Гатаулина П. М. Роль маркетинга в работе НКО // Вестник науки и творчества. 2016. № 7. С. 77–83.
4. Григорьева Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности: учебное пособие для вузов / под науч. ред. Е. И. Григорьевой. Изд. 2-е, перераб. и доп. Тамбов: Першина: 2004. 511 с.
5. Жарков А. Д. Продюсирование и постановка шоу-программ: учебник. Москва: Издательский Дом МГУКИ, 2009. 469 с.
6. Жарков А. Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности: учебник для студентов вузов культуры и искусств. Москва: Издательский Дом МГУКИ, 2007. 408 с.
7. Корнеева И. Е., Брюхно А. С. Онлайн-фандрайзинг в российских НКО: масштабы и влияющие факторы // Мониторинг. 2019. № 5 (153). С. 58–81.
8. Костылев С. В. Арт-менеджмент как комплексная система управленческой деятельности в области культуры, искусства и образования // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. С. 424. [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=11971>
9. Суминова Т. Н. Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2009. № 5 (31). С. 92–98.
10. Тихоновская Г. С. Образовательно-педагогические аспекты оптимизации содержания социально-культурных проектов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 4 (66).
11. Ярошенко Н. Н. Воспитательный потенциал современной индустрии досуга // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2015. № 4 (44). С. 28–35.

*

Поступила в редакцию 20.07.2024



5.8.7. Методология и технология профессионального образования
(педагогические науки)

СОЦИАЛЬНО-КРЕАТИВНАЯ СРЕДА
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ
АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ ТВОРЧЕСКОГО ВУЗА

УДК 378

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-143-153>

Н. Д. Каминская

Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
e-mail: ddp92@yandex.ru

Е. В. Эртман

Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
e-mail: ertman07@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению социально-креативной среды как значимого фактора развития социокультурной активности студентов. Определена сущность социокультурной активности и специфика ее стимулирования в творческом вузе. Охарактеризована социальная креативность как способность личности к преобразованию окружающего мира; выделены ключевые аспекты формирования социально-креативной среды в творческом вузе. Кроме того раскрыты особенности процесса формирования социальной креативности личности, проявляющиеся в таких направлениях как ретрансляция социального опыта и создание ценностей, имеющих влияние на социальные процессы; проектирование новых решений для развития социальной среды и различных видов социальных взаимодействий. В работе представлены результаты эмпирического исследования уровней и направлений социокультурной активности студентов, сформированной в социально-креативной среде творческих вузов. Полученные данные позволили оценить влияние социально-креативной среды вуза на процесс развития личности студента, его ценностные ориентации, самоактуализацию и самореализацию, а также – на формирование социальных компетенций и социального интеллекта.

КАМИНСКАЯ НАДЕЖДА ДМИТРИЕВНА – кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления и проектной деятельности в сфере культуры, Санкт-Петербургский государственный институт культуры

ЭРТМАН ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА – кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления и проектной деятельности в сфере культуры, Санкт-Петербургский государственный институт культуры

KAMINSKAYA NADEZHDA DMITRIEVNA – CSc in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Management and Project Activity in the Sphere of Culture, Saint-Petersburg State Institute of Culture

ERTMAN ELENA VLADIMIROVNA – CSc in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Management and Project Activity in the Sphere of Culture, Saint-Petersburg State Institute of Culture

© Каминская Н. Д., Эртман Е. В., 2024



Ключевые слова: социокультурная активность, социальная креативность, социально-креативная среда, творческая среда вуза.

Для цитирования: Каминская Н. Д., Эртман Е. В. Социально-креативная среда как фактор развития социокультурной активности студентов творческого вуза // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 143–153. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-143-153>

SOCIO-CREATIVE ENVIRONMENT AS A FACTOR OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY DEVELOPMENT OF CREATIVE UNIVERSITY STUDENTS

Nadezhda D. Kaminskaya

Saint Petersburg State Institute of Culture,
Saint Petersburg, Russian Federation,
e-mail: ddp92@yandex.ru

Elena V. Ertman

Saint Petersburg State Institute of Culture,
Saint Petersburg, Russian Federation,
e-mail: ertman07@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the consideration of the socio-creative environment as a significant factor in the development of socio-cultural activity of students. The essence of socio-cultural activity and the specifics of its stimulation in a creative university are determined. Social creativity is characterized as the ability of a person to perceive and transform the world around him, the key aspects of the formation of a socially creative environment in a creative university are highlighted. In addition, the features of the process of formation of social creativity of the individual, manifested in such areas as the retransmission of social experience, are revealed; creation of values that have an impact on social processes; designing new solutions for the development of the social environment and social interactions. The paper presents the results of an empirical study of the levels and directions of socio-cultural activity of students formed in the socio-creative environment of creative universities. The data obtained made it possible to assess the impact of the socio-creative environment of the university on the process of student personality development, his value orientations, self-actualization and self-realization, as well as on the formation of social competencies and social intelligence.

Keywords: social-creative medium, social-cultural activity, students, creativity, university's creative medium.

For citation: Kaminskaya N. D., Ertman E. V. Socio-creative environment as a factor of socio-cultural activity development of creative university students. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 143–153. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-143-153>

Под социокультурной активностью подразумевается цельный и обладающий множеством функций феномен в системе педагогики социально-культурной деятельности, который обретает форму в процессе получения индивидом социального опыта, ориентированного на культурные ценности, и который осуществляют ведущие институты социально-культурной сферы. Социокультур-

ная активность воплощается в таких видах духовно-нравственной деятельности, практикуемой социализированным индивидом, как ценностно-ориентированная, которая задаёт индивидуальный выбор сочетания нематериальных и материальных ценностей, побуждающих к достижению жизненных целей; познавательная, определяемая исследованием разных элементов окружающего мира



и катализирующая самопознание; гедонистическая, в которой проявляется нацеленность на удовольствие и позитивные чувства; креативная, позволяющая индивиду проявить свои творческие склонности посредством механизма, состоящего в тесной связи с иными типами активности субъекта, через которые он трансформирует самого себя и меняет мир вокруг [5, с. 280].

Один из важнейших элементов социокультурной активности – её креативные проявления, которые представляют собой умение индивида претворять в жизнь меняющие ее процессы, протекающие в социально-культурной среде, и которые, в конечном итоге, приводят к сознательному отношению к различным областям социально-культурной деятельности (досуги, народно-художественной культуре, цифровому обучению, и т. д.), к совершенствованию творческих способностей, к креативной переработке полученного жизненного опыта. Критериями действенности социокультурной активности, складывающейся в учебной среде творческого вуза, выступают приобщенность личности к гуманистическим ценностям, высокая степень социализированности, а также – креативность. В связи с этим фактом особое значение приобретает тезис о том, что в результате деятельности человек в социальном контексте, в процессе обмена знаниями, взаимодействия с другими субъектами и результатами их деятельности, оказывается вовлеченным в различные виды творческой деятельности, стимулируя свое социально-культурное развитие.

На рубеже 20–21 веков социолог, историк С. Ариети прогнозировал будущее общество как «креативное общество» («*creativogenic society*») [9, с. 9]. При этом информационная и технологическая насыщенность становятся основополагающим свойством современного социума, а наиболее ценными ресурсами на текущем этапе общественного развития являются знания и информация, которые образуют фундамент как для индивидуального, так и для совместного труда.

Отход от применения клишированных/стереотипных технологий и способов решений экономических и социально-культурных проблем, генерирование новых идей и воплощение их в проектах становится возможным при создании социально-креативной среды, где креативность оценивается как социально-психологическая характеристика личности, обладающая силой продвигать прогресс на новые рубежи науки и техники.

Современная наука предлагает ряд концепций, посвященных пониманию креативности, часть из которых реализуется или может реализоваться на практике в вузах. Так, напрямую с социальной креативностью соотносятся определенный исследователем Э.-С. Гарднером интерперсональный или личностный интеллект, представленный как способность анализировать собственные чувства, способность видеть и оценивать мотивы и намерения других представителей социума. При этом специфическую роль в развитии социальной креативности играют социально-культурные практики, предоставляющие возможность совершенствовать «личностную» или малую, связанную с общественными аспектами повседневной жизни, креативность и «историческую» или большую креативность.

Для формирования глубоких представлений о социальной креативности следует также обратиться к концепциям А. Маслоу о креативности и самоактуализации, Т. А. Барышевой и Н. А. Шиловой о визуальной креативности, задействованной на основе визуальной социологии и социальной антропологии, М. А. Крылова и И. Б. Дерманова о креативности как творческом восприятии жизни, О. И. Власова, Т. А. Барышева, Р. Н. Терещенко, Т. Н. Березена, об эмоциональной креативности как особом виде креативности и т. д. [9, с. 10].

В современной методологии нет единой концепции, определяющей социальную креативность. Рассмотрение понятия «социальная креативность» позволяет обнаружить ряд существенных характеристик: способность



личности к восприятию, осмыслению, преобразованию или созданию новой социальной среды или ее качеств; способность к созданию и использованию новых форм социального взаимодействия: эффективной инновационной деятельности различных сообществ или социального творчества личности; свойства личности, обеспечивающие творческое преобразование социономического пространства [1, с. 28].

Кроме того, социальную креативность личности можно понимать как творческий ресурс, в том числе как способность создавать и решать творческие задачи, ориентированные на изменения в социальной среде. Особое значение это утверждение имеет для рассмотрения процесса развития образовательно-воспитательной среды вузов, поскольку креативные практики в данных учреждениях предполагают реализацию социального творчества, интерпретируемого как творческая деятельность, с одной стороны, направленная на преобразовательные процессы общества, а с другой – на самосовершенствование и саморазвитие студента. Для профессионалов, участвующих в процессе подготовки специалистов, необходимо осознание возможности проектировать в вузе условия для развития социальной креативности студентов [9, с. 12].

Повышающиеся требования к компетентности специалистов для входа в профессиональную сферу, цифровизация и технологизация, а также избыток информации многократно увеличивают значимость духовной составляющей жизни социума, выражающейся, в том числе, в развитии социальной креативности членов общества. Социальная креативность становится обязательным требованием современного меняющегося общества, ее становление возможно в условиях особой образовательно-воспитательной среды вуза. Одним из ключевых вопросов является формирование человеческого капитала, когда социальная креативность становится значимым элементом целевых моделей профессиональных компетенций, востребованных знаний, а также влияет на освоение

и трансляцию актуальных для общества ценностей. Современные студенты в стенах вуза могут и готовы развивать креативность как творческую способность создавать, реализовывать новые идеи и продукты, при этом реализуя способность планировать, прогнозировать, продуцировать новые знания, иные подходы к решению как общественных, так и профессиональных задач, обеспечивать самоорганизацию, самообучение, осмысливать и воспроизводить ценностные ориентиры.

Социальная креативность студентов имеет тенденцию к развитию как в общественно значимых объединениях, мероприятиях, так и в образовательной среде. В своем исследовании Матраева А. Д. предлагает три уровня развития креативности студентов: личностный, процессуальный, средовой, где в рамках последнего студенты реализуют коммуникации в открытом информационном пространстве, развивают самостоятельность, осваивают социальную мобильность, включаются в непрерывное образование. Существенный аспект – уровень вовлеченности студентов и качество организации процессов в вузе при учете определенных социальных, политических, культурных, экономических условий, ориентированных на развитие социальной креативности, а в конечном результате – социально-культурной активности [6, с. 9].

Общество инновационного типа предъявляет личности такие требования, как постоянное повышение квалификации, мобильность, смену профессий, развитие коммуникативной компетентности, изучение языков, решение поставленных задач без знания алгоритма их решения, управление глобальными информационными потоками. При этих условиях в образовательно-воспитательной среде творческого вуза должна сохраниться нацеленность на формирование модели всесторонне развитой, гармоничной личности, которая не будет вытеснена прагматичным характером процесса самоактуализации, когда его вектор ориентирован на развитие только тех способностей и потенциалов человека, которые имеют высокий спрос в обществе.



Важно формировать понимание и готовность решать такие задачи, когда в процессе самоактуализации могут не совпадать общественные и индивидуальные потребности [10, с. 12].

Процесс формирования социальной креативности личности в условиях творческого вуза определяется деятельностным, ценностным, личностным подходами и может быть реализован в следующих направлениях:

- ретрансляция социального опыта;
- создание ценностей, имеющих влияние на социальные процессы;
- трансляция ценностей в изменяющихся социальных условиях;
- интеграция ценностей в систему жизнедеятельности общества;
- проектирование новых решений для развития социальной среды и социальных взаимодействий;
- развитие социального интеллекта;
- социальная самоактуализация и самореализация;
- разработка идей развития взаимосвязей между социальными субъектами [3, с. 280].

Развитие совокупности данных направлений способствует созданию особой образовательно-воспитательной среды в вузе, которая отличается рядом особенностей и носит социально-креативный характер. В связи с этим все более острыми становятся вопросы, связанные с обоснованием и разработкой социально-креативных стратегий, обозначающих целевые установки, содержательные ориентиры развития – как творческого потенциала личности, так и технологий ее социализации в условиях вуза [5, с. 124].

В психологической и педагогической литературе как значимый фактор развития личности представляется понятие «креативная среда» или «креативная образовательная среда», основной функцией которой является развитие творческого потенциала личности и ее социальной креативности, стимулирование потребности в непрерывном самопознании, самосовершенствовании и творческом саморазвитии. Кроме того, в современных исследо-

ваниях формулируются подходы к пониманию термина «креативная среда», «креативная образовательная среда». И. Б. Серикова при изучении условий, приведших к зарождению креативного класса, дала определение креативной среде, рассматривая ее как особое социальное пространство, инновационное состояние и социальной жизни, и функционирования субъектов профессиональной деятельности, в которой обеспечивается самомотивация и самореализация активных личностей. При этом непременным условием деятельности выступает осознание личности как архитектора этой среды, где субъект относится к ней как к объекту внешних преобразований, но и обеспечивает встраивание продукта своего творчества в определенную систему, а также способствует поддержанию гармонии между содержанием и формой и функциональностью всего окружения [8, с. 304].

Крайне актуальным понятием сегодня оказывается и такой подвид креативной среды, как социально-креативная среда. Развитие креативной образовательной среды в совокупности с процессами трансформации имеющегося социально-культурного опыта в условиях образовательного процесса рассматривают исследователи В. И. Слободчиков и А. В. Леонтович, полагающие, что образовательная среда начинается тогда и там, где происходит совместное проектирование и построение новых решений, определяются новые отношения и связи [7, с. 114].

Можно утверждать, что социальная креативная среда представляет собой одну из систем поддержки образовательного процесса, а поскольку в центре создания социально-креативной образовательной среды находится непрерывно развивающийся субъект, то в качестве критериев ее функционирования могут быть обозначены те качества личности, которые вырабатываются и совершенствуются в процессе развития и саморазвития в этой среде.

Формирование социально-креативной среды в творческом вузе определяют следующие педагогические условия:



- реализация комплекса форм и методов социальной деятельности, способствующей приобретению опыта ценностного, творческого, общекультурного, социального и профессионального развития личности;
- развитие представлений обучающихся о роли, функциях и значении креативности, креативной деятельности и социальной креативности как профессионально значимом качестве личности;
- осуществление систематического педагогического сопровождения, предполагающего творческое взаимодействие всех субъектов образовательного процесса.

Исследуя образовательно-организационные элементы совершенствования социально-культурной активности учащихся творческих вузов, следует отметить, что в настоящее время образование является базовым видом социальной практики, содействующей адаптации студентов к современным жизненным реалиям, а также ретрансляции общественного опыта. Социокультурная активность, в свою очередь, преимущественно отражает специфику отношения учащихся к миру вокруг них и его восприятия ими путём анализа связей между познавательным, чувственно-эмоциональным и волевым, позволяя на практике осуществлять духовное освоение социально-культурного пространства [2, с. 65].

При изучении организационно-педагогических аспектов развития социокультурной активности студентов особое внимание обращается на актуализацию институализированного образования, частью которого и является социально-креативная среда, представляя собой ведущую форму социальной практики, когда ее условия способствуют приобщению студента к постоянно меняющимся правилам жизнедеятельности, воспроизводства опыта социального характера.

Ключевую роль в стимулировании социокультурной активности студентов играет социально-креативная среда, представляю-

щая собой совокупность форм совместной креативной деятельности, производимой в специфических обстоятельствах, в которых субъекты-участники реализуют свои потенции и способности, осознавая их в качестве своих действий, направленных на побуждение к развитию способности к преобразованию материального и духовного миров. Являясь выражением отношения к обучению профессиональным знаниям и умениям, выстраиванию их системы, социокультурная активность, гарантируя деятельную и эмоциональную вовлеченность в учебную среду, дает возможность объединять воедино познавательное, чувственно-эмоциональное и волевое становление индивида. Социокультурная активность является основой для создания разных объединений студентов, обобщающих комплексов креативных интересов и потребностей, манифестирующих себя через различные социально-креативные действия [5, с. 281].

Развитие социокультурной активности студентов творческого вуза осуществляется на нескольких уровнях: ценностно-ориентирующем, мотивационно-поведенческом, саморазвития и самоактуализации, а также на уровне социально-ориентированной деятельности и творческого взаимодействия.

В течение учебного 2022–2023 года было проведено эмпирическое исследование, целью которого являлось изучение приоритетных направлений и уровней развития социокультурной активности студентов в социально-креативной среде гуманитарно-творческих факультетов Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина и Санкт-Петербургского института культуры. Задачи исследования:

- выявление приоритетных направлений и форм развития социокультурной активности студентов;
- оценка студентами и преподавателями эффективности реализации направлений социокультурной активности студентов;



- определение соотношения оценок студентов и преподавателей направлений развития социокультурной активности студентов;
- изучение влияния социально-креативной среды на приоритетные направления социокультурной активности студентов.

В исследовании приняли участие 265 студентов, обучающихся на 2–3 курсах и 19 преподавателей, ведущих профильные дисциплины. Основным методом сбора данных выступил письменный опрос. Предложенные респондентам в опросном листе вопросы были представлены в четырех блоках, выделенных на основании ключевых направлений формирования социокультурной активности студентов и в соответствии с уровнями ее сформированности.

В первом блоке были отражены следующие показатели направлений формирования социокультурной активности в условиях социально-креативной среды вуза на первом ценностно-ориентирующем уровне:

- создание ценностей, имеющих влияние на социальные процессы;
- трансляция ценностей в изменяющихся социальных условиях;
- интеграция ценностей в систему жизнедеятельности общества;
- проектирование новых решений для развития социальной среды и социальных взаимодействий.

Ко второму блоку были отнесены показатели сформированности социокультурной активности на втором мотивационно-поведенческом уровне:

- развитие социального интеллекта (когнитивного компонента), восприятие и понимание себя и других людей;
- мотивация (мотивационный компонент (социальный интерес);
- создание ценностей (эмоционально-ценностный компонент), ценностные ориентации, толерантность;
- социальная компетентность (компетентностный компонент), актуальные

знания о социуме, опыт самосовершенствования и сотрудничества;

- социальная активность (поведенческий компонент, социальная позиция, достижения субъекта в социальной сфере).

В третий блок вошли показатели сформированности социокультурной активности на третьем уровне саморазвития и самоактуализации, которые отражают влияние благоприятной социально-креативной среды на социокультурную активность студентов:

- саморазвитие;
- самореализация;
- самоактуализация.

В четвертый блок включались показатели сформированности социокультурной активности на четвертом уровне социально-ориентированной деятельности и творческого взаимодействия:

- креативная деятельность;
- социальная креативность;
- реализация совокупности форм и методов социально ориентированной деятельности;
- педагогическое сопровождение, которое предполагает творческое взаимодействие всех субъектов творческой социально ориентированной деятельности.

Полученные результаты показывают, что на ценностно-ориентирующем уровне студенты отдали предпочтение проектированию новых решений для развития социальной среды и социальных взаимодействий (40,5%), преподаватели также сделали выбор в пользу этого направления (30%); на мотивационно-поведенческом уровне студенты отдали предпочтение развитию социального интеллекта (когнитивного компонента), восприятию и пониманию себя и других людей (42,5%) и преподаватели сделали выбор в пользу данного направления; на уровне саморазвития и самоактуализации студенты отдали приоритет направлению самоактуализации (50,5%), а преподаватели на первое место в рейтинге поставили направление са-



| Уровни формирования социокультурной активности студентов в социально-креативной среде творческого вуза | Направления формирования социокультурной активности студентов в социально-креативной среде творческого вуза | Оценка студентами | | Оценка преподавателями | |
|--|--|-------------------|------|------------------------|------|
| | | | ранг | | ранг |
| Ценностно-ориентирующий уровень | создание ценностей, имеющих влияние на социальные процессы | 12,5% | 4 | 10% | 4 |
| | трансляция ценностей в изменяющихся социальных условиях | 31% | 2 | 27,5% | 3 |
| | интеграция ценностей в систему жизнедеятельности общества | 16% | 3 | 32,5% | 1 |
| | проектирование новых решений для развития социальной среды и социальных взаимодействий | 40,5% | 1 | 30% | 2 |
| | развитие социального интеллекта (когнитивного компонента), восприятие и понимание себя и других людей | 42,5% | 1 | 37,5% | 1 |
| Мотивационно-поведенческий уровень | мотивация (мотивационный компонент (социальный интерес)) | 10,5% | 4 | 12% | 4 |
| | создание ценностей (эмоционально-ценностный компонент), ценностные ориентации, толерантность | 12% | 3 | 7% | 5 |
| | социальная компетентность (компетентностный компонент), актуальные знания о социуме, опыт самосовершенствования и сотрудничества | 9% | 5 | 13,5% | 3 |
| | социальная активность (поведенческий компонент, социальная позиция, достижения субъекта в социальной сфере) | 26% | 2 | 30% | 2 |
| | | | | | |



| Уровни формирования социокультурной активности студентов в социально-креативной среде творческого вуза | Направления формирования социокультурной активности студентов в социально-креативной среде творческого вуза | Оценка студентами | | Оценка преподавателями | |
|--|--|-------------------|------|------------------------|------|
| | | Процент | Балл | Процент | Балл |
| Уровень саморазвития и самоактуализации | саморазвитие | 19,5% | 3 | 60,5% | 1 |
| | самореализация | 30% | 2 | 25,5% | 2 |
| | самоактуализация | 50,5% | 1 | 14% | 3 |
| Уровень социально-ориентированной деятельности и творческого взаимодействия | креативная деятельность | 40% | 1 | 38% | 1 |
| | социальная креативность | 31% | 2 | 26,5% | 2 |
| | реализация совокупности форм и методов социально ориентированной деятельности | 9% | 4 | 11% | 4 |
| | педагогическое сопровождение, предполагающего творческое взаимодействие всех субъектов творческой социально ориентированной деятельности | 20% | 3 | 24,5% | 3 |

Таблица 1. Результаты ранжирования приоритетных направлений, выбранных студентами и преподавателями по отношению к студентам по блокам сформированности социокультурной активности

моразвития (60,5%); на уровне социально-ориентированной деятельности и творческого взаимодействия студенты поставили на первое место в рейтинге направление креативной деятельности (40%), аналогичный выбор осуществили и преподаватели (38%). На основании полученных данных выявлена тенденция схожести оценки предложенных направлений развития социокультурной активности со стороны студентов и преподавателей: в значительной степени их оценки совпали в выборе таких приоритетных направлений, как проектирование новых решений для развития социальной среды и социальных взаимодействий, развитие социального интеллекта, креативной деятельности. Оценки не совпали в случае выбора студентами приоритетного направления на уровне самоактуализации, а преподавате-

лями – саморазвития. Представляется важным проектировать социально-креативную среду вуза, учитывая полученные результаты, а также учитывая постоянно меняющиеся социально-культурные интересы студентов и преподавателей.

Изменения социально-культурной сферы и трансформация самого субъекта преобразовательной деятельности, включая формирование и оттачивание способностей обучающихся, овладение ими универсальными учебными действиями, освоение ими умений и навыков созидательной деятельности, формирование ответственности перед обществом происходят в результате стимулирования социокультурной активности студентов [5, с. 280].

В процессе включенности студентов в социально-креативную среду закладывается их социокультурная активность и происходит



активация самостоятельности студентов, их умений нестандартно решать квесты, задачи теоретического и практического характера, отличающиеся разным уровнем сложности, овладение техниками, приемами идентификации и решения проблемных ситуаций, начиная от шаблонных способов до умения организовать и провести исследовательские работы с целью определения максимально рациональных способов их решения. Создание социально-креативной среды на факультетах гуманитарно-творческого профиля и в творческих вузах предполагает нацеленность в работе со студентами на разработку прагматичного элемента, являющегося одним и базовых в креативности, расширению спектра узкопрофессиональных навыков по специальностям, умению преобразовывать теоретические знания в практические результаты, формирование молодого профессионального сообщества [6, с. 12].

Социально-креативная среда вуза, влияя на развитие социокультурной активности студентов, определяет и их возможности в области творческого отношения к сфере саморе-

ализации и самоактуализации на личностном уровне, формирует приверженность определенным одобряемым обществом ценностям и потребности в познании как точки начала создания новых знаний [11, с. 7]. Социально-креативная среда вуза стимулирует развитие мотивационных векторов достижений и награды, способствует проявлению синергичности, расширяет кругозор, обеспечивает выход на новый более высокий уровень образованности, повышает значимость для индивида деятельности отношения в разнообразных проявлениях жизни социума, развивает социальный интеллект и социальную компетентность, формирует социальное мышление (самостоятельное определение противоречий социального характера), акцентирует внимание на созидательно-личностных особенностях студентов и личностно-процессуальных характеристиках социальной креативности, а также создает условия для развития импликации социальных ситуаций, событий, явлений, для мысленного оперирования социальными представлениями и создания моделей социального мира.

Список литературы

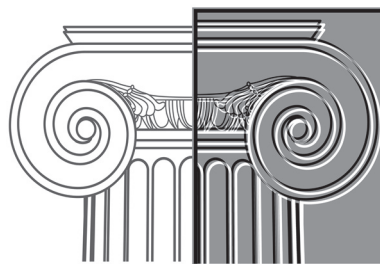
1. Барышева Т. А. Креативность. Опыт самопознания – технология рефлексивной самоорганизации (self-examination–development) студентов в информационной образовательной среде // Психология. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2013. № 2. С. 26–36.
2. Кавера В. А., Каминская Н. Д., Эртман Е. В. Основные направления развития корпоративной культуры студентов творческих вузов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки, 2019. № 10. С. 64–68.
3. Каминская Н. Д., Эртман Е. В., Кавера В. А. Особенности социокультурных практик в условиях вуза // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 2018. № 4. С. 279–289.
4. Каминская Н. Д., Эртман Е. В. Формирование исторического самосознания молодежи средствами туристско-краеведческой деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2021. № 5 (103) С. 144–154.
5. Комиссарова Т. С., Каминская Н. Д., Эртман Е. В. Развитие социокультурной активности студентов: творческие практики в образовательном пространстве вуза // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 2018. № 2. С. 278–291.
6. Матраева А. Д. Креативность современного российского студенчества: состояние и перспективы: автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата социологических наук: 22.00.04 – Социальная структура, социальные институты и процессы / А.Д, Матраева. Москва, 2019. 26 с.



7. Слободчиков В. И., Леонтович А. В. Антропологический подход в диагностике образовательных результатов в системе научно-практического образования // Педагогическое образование и наука, 2020. № 5. С. 107–117.
8. Серикова И. Б. Проблемы исследования коллективной идентичности креативного класса в России // Социально-гуманитарные знания, 2015. № 11. С. 301–306.
9. Социальная креативность: теория, диагностика, технологии: Коллективная монография / Под ред. Т. А. Барышевой. Санкт-Петербург: Изд-во ВВМ, 2019. 307 с.
10. Челомбицкая М. П. Интеллект и креативность как факторы самоактуализации человека в инновационном обществе: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук: 09.00.11 – Социальная философия. Ростов-на-Дону, 2009. 27 с.
11. Чичук Е. Ю. Побудительные основания социальной креативности личности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук: 19.00.01 – Общая психология, психология личности, история психологии. Москва, 2006. 24 с.

*

Поступила в редакцию 24.08.2024



БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИЕ,
БИБЛИОГРАФОВЕДЕНИЕ
И КНИГОВЕДЕНИЕ



ОСОБЫЕ ВИДЫ ФАНИЗДАНИЙ

УДК 655+08:004.9

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-155-163>

Д. А. Лисенко

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
e-mail: d1651lisenko@gmail.com

Аннотация. В рамках книговедения рассматриваются как конкретные издания, так и теоретическое описание их видов, как издания «официального» книжного дела, так и самиздат, однако блоги редко входят в поле зрения книговедения. Издания фанов также редко изучаются в русле книговедения. Четыре вида фан-блогов рассматриваются с точки зрения книгоиздания и исследований практик фанов. Приводится описание фан-блогов и их характеристики, которые позволяют их условно отнести к видам изданий на основании подхода американского исследователя Пола Бута (Paul Booth) к фан-деятельности и к блогам фанов. Приведенные блоги обращены к разной аудитории, но при этом используют схожие инструменты структуризации содержания и оформления, такие как хэштеги и визуальные отсылки к объекту фан-интереса. Делается вывод о разнообразии деятельности фанов и о возможности ее рассмотрения в рамках книговедения помимо собственно книжных изданий.

Ключевые слова: книговедение, вид издания, исследование фанов, фаны, фаниздание, блог, фан-блог, ролевой блог, тематическая неделя, философия игривости.

Для цитирования: Лисенко Д. А. Особые виды фанизданий // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 155–163. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-155-163>

SPECIAL TYPES OF FAN PUBLICATIONS

Daria A. Lisenko

Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design,
Saint Petersburg, Russian Federation,
e-mail: d1651lisenko@gmail.com

Abstract. Scholars of book science research concrete books as well as theoretical description of their types, publications made by the “official” publishing as well as self-publishing (samizdat), however blogs are rarely studied in this field. Publications of fans are as well rare in the book science. Four types of fan blogs are analyzed from the viewpoint of book science and studies of fan practices. Provided is description of these fan blogs and their characteristics that allow them to be classified as types of publications based on the approach to fan activities and fan blogs developed by the American scholar Paul Booth. The described blogs

ЛИСЕНКО ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА – аспирант кафедры книгоиздания и книжной торговли, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

LISENKO DARIA ALEXANDROVNA – Postgraduate student at the Department of Book Publishing and Book Trade, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

© Лисенко Д. А., 2024



are aimed at different audiences but use similar instruments of content structuralization and design, such as hashtags and visual references to the object of fan interest. A conclusion is made that fan activities are varied and that they can be analyzed within the framework of book studies along with book publications.

Keywords: book science, type of publications, fan studies, fans, fan publication, blog, fan blog, roleplay blog, art week, philosophy of playfulness.

For citation: Lisenko D. A. Special types of fan publications. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 155–163. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-155-163>

Понимание книги и издания как целостных объектов, сочетающих содержание, пронизанное внутренними и внешними связями, и оформление, едва ли не ключевое для исследователей книги, хотя выработка единого, раз и навсегда установленного определения книги невозможна, да и нежелательна. Так, если приравнять понятие книги к понятию издания, как оно определено в ГОСТ Р 7.0.60–2020, то за рамками поля зрения книговедения остаются рукописные книги (причем не только допечатные, но и современные); если определить книгу строго – как имеющую форму кодекса, то вне интересов книговедения остаются электронные книги (которые при этом могут быть и изданиями), свитки и прочие варианты формы, в том числе формы, характерные для неевропейского культурного наследия.

Поклонники различных медийных произведений создают многочисленные творения в самых разнообразных формах, и издания – не исключение. Однако если понимать издание намеренно широко, как особым образом организованный объект, обладающий внутренними и внешними связями, авторством и принципами отбора и организации материала, то блоги также можно рассматривать как подобный цельный объект, особый случай, условный вид издания. В настоящей статье мы не затрагиваем случаи, когда содержание блогов переносится в издание, подготовленное профессионально, а также не анализируем случаи, когда художественное произведение имитирует формат блога.

Блоги исследуются с разных сторон, в том числе к ним подходят и как к СМИ или

«СМИ-подобным» объектам. Так, в публикации 2011 года Е. В. Кузьмина рассмотрела сообщества в «Живом журнале» как коммуникативные платформы субкультур и отметила, что они имели черты СМИ [5, с. 381–382]: их целью является информирование членов сообщества, в них присутствуют форматы текстов, характерные для СМИ (статьи, заметки), они играют «роль мобилизационной площадки» [5, с. 382]. Сообщества поклонников медиа, однако, не отмечены, и Е. В. Кузьмина полноценными изданиями такие площадки все-таки не называет.

Издания, существующие в интернете, исследуются и на конкретных примерах. Так, при рассмотрении образа женщины в современных СМИ, Н. А. Автаева, В. А. Бейнсенсон и К. А. Болдина отметили, что современные интернет-издания для женщин представляют собой гибриды, «занимающие промежуточное положение между профессиональным СМИ и блоггом» (хотя это исследование не посвящено собственно рассмотрению блогов) [1, с. 147]. (Отметим обратный вариант: рассмотрение «Окайных дней» И. Бунина как блога [2]).

Исследовательница самиздата и «альтернативного книгоиздания» (см. [6]) Е. Н. Савенко в числе прочего рассмотрела детско-юношеский самиздат, среди которого значительное место занимают и блоги (наряду с пабликами в соцсетях), однако автор не изучала блоги как издания, хотя и назвала блоги «новой разновидностью детско-юношеского самиздата» [7, с. 49]. При этом в других публикациях Е. Н. Савенко исследовала и фанзины как феномен, как платформу коммуникации



субкультур [9; 12; 8], хотя заметим, что отнесение фанзинов к периодическим [9] или непериодическим (точнее, что фанзины могут быть и такими, и такими [11]) изданиям в статьях Е. Н. Савенко менялось. Блоги рассмотрены Е. Н. Савенко не только как «представительство» печатного издания, но и как «онлайн-самиздат»: «Одна из форм электронного самоиздания – авторские блоги – своеобразные информационные площадки, на которых размещены оригинальные материалы различной тематики» [10, с. 61]. «Неотъемлемой частью указанной группы (интернет-самиздата. – Д. Л.) также являются авторские блоги (интернет-дневники)» [8, с. 38].

Исследовательница современных тенденций книжного дела Л. В. Зимина отделяет «селф-паблишинг» (издания, выпущенные на способствующих этому платформах и сервисах) от «публикаций авторами своих произведений на различных литературных сайтах и в блогах» [4, с. 292], так что мы можем заключить, что автор не рассматривает блоги как один из видов издания.

Аспект комментариев в интернет-изданиях рассмотрен А. Н. Тепляшеной, которая пишет: «Адресант объединяется с адресатом, становясь, таким образом, и создателем, и получателем контента. Наедине с текстом пользователь сам выбирает модель поведения. Он может пассивно и безразлично отнестись к тексту, а может проявить острый интерес, и тогда „обратная связь“, естественно, активизируется» [13, с. 310]. Комментарии в социальных сетях в этой статье рассматриваются как гипертекст [13, с. 315] и как особый вид текста [13, с. 317], однако не как часть самого интернет-издания. В статье исследуется больше языковая сторона комментариев. «Живой» характер общения писателя с читателем в интернет-среде отмечают М. А. Черняк и О. Пешкова [14], хотя в данном случае блоги и соцсети также не рассматриваются как издания.

Исследователь фанов (в основном – поклонников сериалов) и их деятельности П. Бут во втором издании своей монографии «Цифровой фандом 2.0: Исследования

новых медиа» (Digital Fandom 2.0: New Media Studies. Second edition, 2017) предлагает подход к художественным произведениям фанов в формате постов в блоге как к единому целому, совокупности постов и комментариев к ним. Причем в качестве своеобразного предшественника такой формы сосуществования текста и критики исследователь приводит сноски в изданиях [15, с. 57–58].

В своем исследовании мы подходили к фан-блогам, используя некоторые положения из работы П. Бута. В первой части настоящей статьи эти положения рассмотрены более подробно. Во второй части приводится наше исследование четырех видов фан-блогов: Incorrect X, Fuck Yeah X, тематическая неделя, ролевые блоги. В завершающей части подводятся итоги. Поскольку в статье не приводятся цитаты из блогов, мы не запрашивали разрешение у авторов блогов; ссылки на конкретные блоги также не приводятся.

Блог – комплексное явление, и П. Бут особо подчеркивает коммуникационную, сообществообразующую роль не только самих блогов, но и комментариев: «Прокомментировать блог значит утверждать не только, что ты прочитал сам пост, но и что ты заботишься о посте достаточно, чтобы как-либо *действовать* (курсив автора; здесь и далее перевод наш. – Д. Л.)» [15, с. 58]. В качестве метода исследования блогов с комментариями П. Бут предлагает интратекстуальность (intra-textuality): в отличие от «традиционной интертекстуальности, когда значение открывается в трансмедийном смысле *между* текстами <...> интратекстуальность исследует значение, которое возникает *внутри* самого трансмедийного текста» [15, с. 60]. Интратекстуальность пронизывает текст связями между его частями. При этом текст может быть рассмотрен как цельный объект, связанный с другими интертекстуальностью. Но также и вся совокупность таких связанных текстов может быть рассмотрена как один объект, в котором элементы отсылают друг другу. Так, каждый эпизод сериала может быть рассмотрен отдельно от других, а может быть

рассмотрен как часть сериала в целом [15, с. 61]. Произведения фанов – включая издания – в этом смысле по своей сути интертекстуальны: они все время соотносятся с текстом оригинального произведения, но они также интратекстуальны, индивидуальны, отдельные, отсылают сами к себе. Фан-блог вместе с комментариями – единый документ, но существующий и в связи с другими текстами, и как элемент более глобального «текста» сообщества.

Как мы считаем, издание также характеризуется такими внутренними и внешними связями: между формой и содержанием, аппаратом и основным текстом, цитатами и теми произведениями, к которым они отсылают. Заметим, что Е. В. Динер предлагает подобный же взгляд: «<...>система книги может быть рассмотрена в качестве особого пространства, состоящего, кроме авторского произведения, из нескольких отдельных текстов, взаимосвязанных с ним и дополняющих, поясняющих его. <...> С помощью этих элементов реализуются конкретные интертекстуальные связи, позволяющие постичь содержание авторского произведения в более широком смысловом контексте. Можно предположить, что именно они играют роль своеобразных гиперссылок, участвующих в создании метатекста. Кроме того, элементы инфраструктуры не встречаются в других типах документов в том виде, в котором они представлены в книге» [3, с. 125]. Однако Е. В. Динер называет гипертекстуальность, а не интер- или интратекстуальность типологическим свойством книги.

Рассматривая блог фанов с художественными произведениями, П. Бут называет его новой формой квазиерархичного письма (*quasi-hierarchical writing*) [15, с. 65]: хотя комментарии находятся под постом, они часто перетягивают внимание на себя, и последующие комментарии (и даже посты) могут быть реакцией на них, а не на оригинальный пост, что не характерно для книги, однако определяется, по нашему мнению, динамической формой и возможностями техноло-

гии блогов. «Текст» блога постепенно наращивается, что П. Бут называет рекурсивным расширением (*recursive expansion*), выделяя эту характеристику в числе шести основных, которые он выводит из концепции карнавальности М. М. Бахтина, а также на основе других исследований: помимо рекурсивного расширения, это саморефлексивность (*self-reflexivity*), организация (*organization*), прямое обращение (*direct address*), метазнание (*meta-knowledge*), игровой аспект (*ludicity*) [15, с. 65].

Хотя некоторые выделенные П. Бутом аспекты, их соотнесение с характеристиками карнавала и приведенные исследователем примеры несколько сомнительны, сам подход к блогу как к цельному объекту, связанному интер- и интратекстуальными связями, представляется нам полезным при рассмотрении блогов фанов как изданий. Далее, используя этот подход, мы анализируем несколько типов таких блогов.

Первый из рассматриваемых типов фан-блогов (на платформе Tumblr) называется по схеме *Incorrect X* (варианты: *Incorrect X Quotes* или *X Incorrect Quotes*), где *X* – название оригинального произведения, вокруг которого собралось сообщество, самого сообщества (фандома), реже – отдельного персонажа. Это название можно перевести как «Неверный X» (подразумевается «Неверные цитаты из X»). Такие блоги модерируются одним или несколькими пользователями-фанатами и содержат цитаты не из *X*, но из других произведений или социальных сетей, модифицированные, чтобы соответствовать конкретному оригинальному произведению. Например, в форме такой цитаты может выступать диалог из другого произведения с заменой имен персонажей, к которым изначально относится цитата, на имена персонажей из произведения, которому посвящен фан-блог, иногда с заменой деталей самих реплик (например отсылка к определенным реалиям вымышленного мира) на соответствующие – по крайней мере, по мнению модераторов, ведущих блог, – детали мира произведения-



оригинала. Источник цитаты обычно идентифицируется в виде хэштега с названием произведения – источника цитаты или с названием соцсети, в виде ссылки на пост в этой же или какой-либо другой соц. сети и так далее. При невозможности восстановить источник авторы об этом также сообщают (хэштег «source: unknown»); встречается и честное признание, что авторы не помнят источник.

Тон таких блогов и постов-«цитат» обычно юмористический, что подчеркивается самой формулой названия, предупреждающей читателя, что, несмотря на оформление, приписывающее определенные высказывания персонажам произведения-оригинала, на самом деле эти «цитаты» заимствованы и модифицированы.

Помимо названия, отсылки к произведению-оригиналу присутствуют в оформлении. Например, аватар блога может быть изображением персонажа, логотипа или какого-либо другого узнаваемого для фанов элемента; фон, шрифты и прочие визуальные компоненты также могут быть отсылками, сигнализирующими фандомную принадлежность конкретного блога. Однако и в этом случае встречается «несерьезность», «неверность»: аватар может содержать красную полосу, зачеркивающую логотип или персонажа, или утрированные черты (огромные глаза) персонажа; декоративная плашка сверху блога – представлять собой юмористический коллаж или персонажей, нарисованных в MSPaint в стиле детских каракуль.

Содержание таких блогов создается не только самими авторами: на платформе Tumblr возможно включить опцию «Предложить пост», которая позволяет другим пользователям написать пост в блог, после чего он рассматривается владельцами, которые могут его отредактировать, опубликовать или удалить, проигнорировав. Таким образом, владельцы блога выступают не только в качестве авторов (условных, учитывая цитирование), но и в качестве редакторов, фильтрующих и обрабатывающих поступающее извне содержание.

Через цитаты, отсылающие к другим источникам, и через собственно указания на источники цитат выстраиваются интертекстуальные связи такого блога, параллели с другими произведениями, таким образом представляя определенную интерпретацию того или иного персонажа в контексте текста произведения – источника цитаты. Хэштеги обычно содержат не только указание на источник, но и имена упомянутых в посте персонажей, имя конкретного модератора, который отредактировал и опубликовал «цитату». Таким образом организуется сам блог, выстраиваются интратекстуальные связи.

На платформе Tumblr реализована система «реблогов»: почти любой пользователь может «переопубликовать» оригинальный пост в своем блоге (точнее, «скопировать» его), при этом сохранятся ссылка на оригинал, дата создания оригинала и прочие сведения. При таком переопубликовании пользователь может добавить и свой комментарий, при этом автор оригинала также может переопубликовать эту цепочку и добавить уже свой комментарий, наращивая, таким образом, «текст» блога. Нам приходилось видеть, как в качестве «неверной цитаты» авторы Incorrect X приводили не переделанный текст, но уже кем-то созданный диалог с персонажами произведения-оригинала, который авторы переопубликовывали, посчитав его подходящим по духу. Так выстраиваются связи и с другими блогами в сообществе и – шире – на всей платформе.

Другой тип фан-блогов называется по схеме Fuck Yeah X, где X также обозначает название произведения-оригинала, имя персонажа, студии – разработчика видеоигр (в варианте Fuck Yeah X Games). Такое название в юмористической и немного самоироничной форме выражает энтузиазм и восторг по отношению к произведению-оригиналу, персонажу и т. д., отсылая к пониманию фанов как горячих поклонников.

В отличие от «Неверных цитат», Fuck Yeah X блоги обычно наполнены не «оригинальными» (т. е. впервые опубликованными



именно в этом блоге) постами, а переопубликованными записями из других блогов, например, фанартом (художественными изображениями персонажей, локаций, предметов и проч. элементов произведения-оригинала), фанфикшеном (историями «по мотивам»), метатекстами (критикой произведения-оригинала, эссе с разбором тем, символов, приемов и проч.) и др. материалами. Модераторы такого блога отслеживают на всей платформе хэштеги, например, с названием оригинального произведения, именем какого-либо персонажа, и блоги наиболее активных поклонников. Они также обеспечивают хэштеги у перепубликованных постов, даже если этих хэштегов не было у оригинальных постов; настраивают расписание опубликования.

Модераторы этих блогов, подобно редакторам изданий, выполняют отбор материала, что позволяет заинтересованным подписчикам знакомиться с различными произведениями определенного фандома в одном месте, а также находить новых авторов, художников, дизайнеров. Авторам такое сообщество позволяет найти новую аудиторию.

О хэштегах как варианте интратекстуального единства блога мы уже сказали. В блогах Fuck Yeah X также встречаются «мастерпосты» – оригинальные для данного блога посты, которые, подобно содержанию в книге, раскрывают состав и структуру блога через ссылки на отдельные посты, нередко собранные под определенными тематическими заголовками, поясняют уникальные, специфические для данного блога или сообщества, хэштеги (например, аббревиатурное обозначение мест вымышленной вселенной или конкретных произведений).

Такие блоги могут стать центром сообщества, хотя и не предназначены для общения как такового, через платформенную функцию «реблогов» они могут рекурсивно расширяться. Этот вид можно отнести к альманаху, информирующему сообщество о происходящих событиях и проектах, созданных произведениях. Для обеспечения бо-

лее личного общения в дополнение к блогу может быть использован сторонний сервис, обладающий функциями, более располагающими к общению (например, сервер на платформе Discord).

Скажем, что модераторы не только осуществляют отбор и систематизацию содержания, они могут становиться инициаторами или предоставлять блог как платформу продвижения деятельности сообщества через различные мероприятия. Среди них выделим тематические недели.

Такая «неделя» (иногда месяц) обычно представляет собой размещенный в каком-либо блоге список тем на каждый день, обычно оформленный в виде изображения с атрибутикой сообщества и/или оригинального произведения. К списку прилагается краткое объяснение общей идеи «недели» и хэштег, который необходимо использовать, чтобы произведения, созданные в ответ на предложенные темы, были включены в общий поток. Вместо хэштега иногда используется отдельный блог, предназначенный для перепубликования произведений на тему.

Тематические недели менее централизованы, чем Incorrect X и Fuck Yeah X: идея может быть предложена любым участником сообщества. Последующая публикация постов-«ответов» обычно происходит без предварительного отбора, регистрации и вообще без необходимости какого бы то ни было предварительного сигнала об участии, даже если для «недели» создается централизующий блог. Сообщество самоорганизуется с помощью хэштегов, тем на каждый день, которые каждый волен интерпретировать по-своему, и расписания публикаций, хотя даже последнее не является обязательным, несмотря на стремление участников публиковать соответствующие посты в определенный день. Учитывая, что для участия нет никаких ограничений, публикация постов в ответ на определенный день-тему может быть растянута во времени из-за разницы в часовых поясах.



Хотя такие мероприятия можно считать «видом» издания только в самом широком смысле, процесс самоорганизации, самоотбора заслуживает отдельного внимания как возможная альтернатива централизованному, «редакторскому» подходу, когда какой-либо авторитет (самопровозглашенный или признанный сообществом) служит фильтром тематики, качества и так далее. И хотя эти «недели» также похожи на творческие конкурсы, в них нет жюри или приза, и наградой является само участие, приобщение к коллективному усилию, возможно, завязывание новых связей. Мы могли бы назвать эти тематические недели «игрой в антологию», проявлением «философии игривости» (*philosophy of playfulness*) [15, с. 8], в данном случае на уровне всего сообщества.

Наоборот, направленностью не на всех творческих членов фан-сообщества, но на отдельных его участников отличаются ролевые блоги фанов (*RP blogs*). Под ролевыми мы понимаем блоги, которые предназначены для текстовых игр, где последовательно через цепочку связанных постов осуществляется разыгрывание какого-либо сценария или свободно развивающейся истории между двумя и более персонажами. Это не всегда персонажи какой-либо вымышленной вселенной; они могут быть и придуманными автором блога персонажами из собственной вселенной, и «универсальными» персонажами, которые переносятся из вселенной во вселенную с небольшими изменениями. В случае персонажей, относящихся к существующей вселенной, они могут быть как «каноническими» (уже существующими в каком-либо официальном произведении), так и оригинальными, придуманными автором блога.

Обычно ролевые блоги на платформе Tumblr представляют одну «музу» (*англ. muse*) – персонажа, которого отыгрывает автор, но встречаются и блоги, посвященные нескольким «музам». Обычно в блоге имеется страница со сведениями о «музе» и об авторе: псевдоним или ссылка на основную блог автора, указание на возраст ав-

тора, список жанров и других параметров историй, которые автор желает отыгрывать, и правила, которыми руководствуется автор и придерживаться которых он требует от партнеров по игре.

Эти блоги имеют как общее тематическое оформление, так и нередко особенное оформление каждого поста. Например, иконку-портрет, отражающую настроение «музы», особые шрифты для прямой речи и пр. Как в «Неверных цитатах» и *Fuck Yeah X*, в случае ролевых блогов, посвященных персонажам в рамках существующей медийной вселенной, на эту вселенную будут указывать скриншоты (если это видеоигра), анимированные изображения, снятые с оригинала, декоративные элементы в стилистике оригинала, что позволяет потенциальным партнерам или просто читателям идентифицировать принадлежность «музы». Такое оформление – как в других блогах, мы считаем, является проявлением интертекстуальности, выстраивающей связи блога как с произведением-оригиналом, так и с фан-сообществом.

Интратекстуальные связи проявляются, как в ранее описанных «видах», в виде хэштегов (например, имя «музы», если их несколько, имя персонажа, с которым ведется игра, название сценария, тэг «оос» (*англ. out of character* – вне персонажа) для постов от лица игрока, а не от лица персонажа). Этой же цели служит и оформление постов: например, использование декоративных элементов или шрифтовое оформление также может отличать пост от лица «музы» от поста от лица игрока, что помогает связывать воедино различные части блога. Как и в других вариантах, используются ссылки на собственные посты, реблоги.

Авторы ролевых блогов организуют свое пространство так, как им удобно, но при этом учитывается и то, что они, являясь авторами конкретных постов, не являются единственными авторами истории: ролевая игра – это диалог, поэтому необходимо сделать блог удобным для партнеров



и потенциальных партнеров, которым требуется основная информация об авторе и «музе». Организация постов с самими текстами игры и важной информацией требует от автора продуманных усилий. Хотя ролевые блоги обращены к достаточно узкой аудитории партнеров по игре, реже читателей, не вовлеченных в процесс игры, самой этой обращенностью они отличаются от личных блогов, которые могут быть местом публичного уединения и организованы как угодно, исходя из удобства одного лишь автора.

Более других ранее перечисленных видов ролевые блоги обладают свойством рекурсивного расширения, поскольку их суть и состоит в ведении игры, диалога между участниками. «Комментарии» к постам в таком блоге являются не комментариями по своей сути (то есть дополнительными текстами), но непосредственной частью самого блога, связывающей его содержание, его «пространство» с другим блогем – блогем партнера по игре. Таким образом, пространство блога сливается в единое, организованное определенным образом издание, с материалом, проходящим определенную содержательную и оформительскую обработку.

Перечисленные в статье фан-блоги далеко не единственные варианты. Некоторые фаны предпочитают, наряду с личным блогем, в котором публикуется все, что их волнует, от политики до мемов, вести дополнительно отдельный фан-блог, посвященный какому-либо объекту увлечения, таким образом отграничивая свою фан-личность, чтобы предотвратить раздражение подписчиков, которым увлечение может быть неинтересно, или просто для удобства, вроде того как в других «смешанных» блогах, содержащих подряд фан- и другие посты, фан-содержание отграничивается хэштегами. Фаны могут отдельно вести блог-архив своих творческих усилий, в том числе – на платформе, отдельной от основного блога. Например, фан, создающий подфики – аудиокнижки из фанфиков – или озвучивающий фан-комиксы, может создать аккаунт на YouTube для раз-

мещения записей озвучки вне пространства своего основного блога, а затем размещать в этом блоге встроенные видео или ссылки на ролики.

Рассмотренные виды фан-блогов, не являемые их авторами как издания, тем не менее показывают цельность, характерную для изданий, определенный подход к наполнению в зависимости от основной цели блога и направленность на конкретную аудиторию, то есть на поклонников конкретного произведения, желающих взглянуть на него с юмористической стороны, или заинтересованных во всей совокупности творчества других фанов, на творческих фанов, играющих в ролевые игры.

Описанные виды, как мы считаем, показывают, насколько разнообразна деятельность фанов, и что ее рассмотрение в рамках книговедения не обязано ограничиваться только привычными формами печатной или статической электронной книги.

Дальнейшее исследование фан-блогов может развиваться в нескольких направлениях. Так, например, продуктивным представляется сравнение фан-блогов одного вида, посвященных объектам разных медиа (например, ролевых блогов, основанных на вселенных книг, и ролевых блогов, основанных на вселенных сериалов). Подробное рассмотрение одного конкретного вида из описанных нами фан-блогов или анализ других, не представленных вариантов позволит продвинуться дальше в сравнении с более привычными видами издания. Интерес представляет и рассмотрение блогов одного вида (или сопоставимых видов), расположенных на разных платформах, а также в принципе видов фан-блогов на разных платформах, так как эти виды, как представляется, во многом зависят от набора функций, который предлагает та или иная платформа. Книговедческое исследование блогов является мало затронутой, но потенциально продуктивной областью, которая может дать новый взгляд как на более изученные виды изданий, так и в целом на издание как явление.

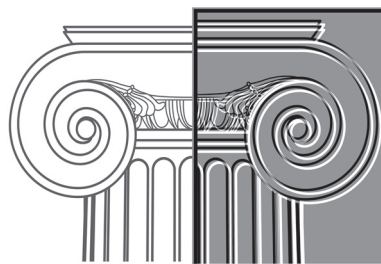


Список литературы

1. *Автаева Н. О., Бейненсон В. А., Болдина К. А.* Эволюция роли женщины в семье и общественной сфере (на примере отечественной женской периодики конца XIX – начала XXI века) // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15. № 6. С. 139–150.
2. *Боева Г. Н.* «Окаянные дни» И. А. Бунина: «блог из прошлого» // Гуманитарная парадигма. 2020. № 3 (14). С. 95–101.
3. *Динер Е. В.* Гипертекстуальность как типологическое свойство книги: приглашение к дискуссии // Современные проблемы книжной культуры: основные тенденции и перспективы развития: Материалы XIV Белорусско-Российского научного семинара-конференции, Москва, 24–25 ноября 2021 года. Москва: Научный и издательский центр «Наука» Российской академии наук, 2021. С. 123–128.
4. *Зимица Л. В.* Селф-паблишинг. К вопросу о библиографическом учете самостоятельно опубликованных изданий // Румянцевские чтения – 2023: материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 18–20 апреля 2023 года / Министерство культуры РФ, Российская государственная библиотека, Библиотечная Ассамблея. Москва: Пашков дом, 2023. С. 291–296.
5. *Кузьмина Е. В.* Сообщества в живом журнале – новые коммуникативные возможности для субкультурных групп и общественных инициатив // Журнал исследований социальной политики. 2011. Т. 9. № 3. С. 365–390.
6. *Савенко Е. Н.* Альтернативное книгоиздание: эволюция терминологии // Обсерватория культуры. 2022. Т. 19. № 6. С. 627–633.
7. *Савенко Е. Н.* Детско-юношеский самиздат в начале XXI в. (по материалам Сибирско-Дальневосточного региона) // Библиосфера. 2020. № 4. С. 43–51.
8. *Савенко Е. Н.* Метаморфозы самиздата в современном информационном пространстве (по материалам Сибирско-Дальневосточного региона) // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 3. С. 34–40.
9. *Савенко Е. Н.* Сибирская любительская периодика в Сети // Книга: Сибирь – Евразия: материалы международного семинара, Новосибирск, 13–15 сентября 2018 года. Новосибирск: Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, 2019. С. 217–223.
10. *Савенко Е. Н.* Современные тенденции самоиздания // Библиосфера. 2019. № 2. С. 59–64.
11. *Савенко Е. Н.* Современный «самиздат»: определение понятия // Библиосфера. 2012. № 5. С. 98–100.
12. *Савенко Е. Н.* Типология и характеристика «нового» самиздата // Наука, технологии и информация в библиотеках (Libway-2019): Сборник тезисов докладов Международной научно-практической конференции, Иркутск, 17–19 сентября 2019 года / под общей редакцией Е. Б. Артемьевой. Иркутск: Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, 2019. С. 187–190.
13. *Тепляшина А. Н.* Комментарии на сайте СМИ как формат обратной связи в интернет-коммуникации (дискурсивный аспект) // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2020. № 62. С. 308–323.
14. *Черняк М. А., Пешкова О.* Трансформация авторской и читательской субъектности в условиях творческой цифровой среды // Культура и текст. 2019. № 2 (37). С. 144–156.
15. *Booth P.* Digital Fandom 2.0: New Media Studies. Second edition. New York: Peter Lang, 2017. 284 p.

*

Поступила в редакцию 03.08.2024



МУЗЕЕВЕДЕНИЕ,
КОНСЕРВАЦИЯ
И РЕСТАВРАЦИЯ
ИСТОРИКО-
КУЛЬТУРНЫХ
ОБЪЕКТОВ



О БЩЕСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ В ДЕЛЕ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ГЕРМАНИИ

УДК 351.853:323.212(47-87)

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-165-171>

Н. И. Горлова

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: gorlovanat@yandex.ru

Аннотация. Сегодня большая роль в охране исторических и культурных объектов отводится крупнейшим негосударственным организациям. В статье автором дан всесторонний анализ деятельности немецкого Национального фонда охраны памятников, представлен анализ плодотворного сотрудничества с добровольными помощниками, партнерами и спонсорами, фандрайзинговой деятельности и проведения благотворительных мероприятий по сбору средств. Отдельное внимание уделяется работе с молодежью и педагогическим персоналом учебных заведений по поддержке тематических проектов в рамках решения задач сохранения локального историко-культурного наследия. Учет опыта деятельности некоммерческой организации актуален в настоящее время в процессе решения как современных, так и перспективных задач в сфере сохранения историко-культурного наследия. Этот опыт востребован Всероссийским обществом охраны памятников истории и культуры и Всероссийским общественным движением «Волонтеры культуры», а также – профильными благотворительными и общественными организациями в условиях реализации проектов памятноохранной деятельности и общественных инициатив в рамках развития и популяризации сферы сохранения наследия.

Ключевые слова: немецкий национальный фонд охраны памятников, благотворительность, волонтеры, некоммерческие организации, объекты культурного наследия, сохранение и защита культурного наследия.

Для цитирования: Горлова Н. И. Общественные инициативы в деле сохранения культурного наследия в Германии // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 165–171. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-165-171>

PUBLIC INITIATIVES IN PRESERVING CULTURAL HERITAGE IN GERMANY

Natalia I. Gorlova

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: gorlovanat@yandex.ru

ГОРЛОВА НАТАЛЬЯ ИВАНОВНА – доктор исторических наук, доцент, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

GORLOVA NATALIA IVANOVNA – DSc in History, Associate Professor, Plekhanov Russian University of Economics

© Горлова Н. И., 2024



Abstract. Today, a large role in the protection of historical and cultural sites is given to the largest non-governmental organizations. In the article, the author provides a comprehensive analysis of the activities of the National Fund for the Protection of Monuments in Germany, presents an analysis of fruitful cooperation with volunteers and sponsors, and the implementation of charitable and fundraising events. Special attention is paid to working with young people and teaching staff of educational institutions to support local thematic projects as part of solving the problems of preserving historical and cultural heritage. Taking into account the experience of a non-profit organization is currently relevant in the process of solving both modern and future problems in the field of preserving historical and cultural heritage. This experience is in demand by the All-Russian Society for the Protection of Historical and Cultural Monuments and the All-Russian Public Movement “Volunteers of Culture,” as well as by specialized charitable and public organizations in the context of the implementation of monument conservation projects and public initiatives as part of the development and popularization of the field of heritage conservation.

Keywords: German National Foundation for the Protection of Monuments, charity, volunteers, non-profit organizations, cultural heritage sites, preservation and protection of cultural heritage.

For citation: Gorlova N. I. Public initiatives in preserving cultural heritage in Germany. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 165–171. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-165-171>

В настоящее время проблема изучения, сохранения и всестороннего использования памятников историко-культурного наследия в современных условиях приобретает особую актуальность. Большая роль в охране исторических и культурных объектов – как в России, так и за рубежом – принадлежит некоммерческим и общественным организациям, таким, как, например, «Исторические королевские дворцы» (Historic Royal Palaces), «Английское наследие» (English Heritage), «Фонд по сохранению церквей» (Churches Conservation Trust), Национальный фонд Великобритании (UK National Trust), Ассоциация Ремпарт (Union REMPART), Национальный фонд охраны памятников в Германии (Deutsche Stiftung Denkmalschutz), Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры, московское общественное движение «Архнадзор» и другие.

В последние годы отмечается рост числа публикаций на тему деятельности некоммерческих организаций в области сохранения культурного наследия [7; 8; 12]. Специалисты высказываются относительно законодательных аспектов охраны памятников культуры [6; 10], по поводу развития профильного добровольческого движения и практик реализации общественных инициатив [2; 4; 5; 9; 20]

и организации тематических международных и локальных волонтерских кампусов (лагерей) [3] и так далее.

Цель данной статьи – рассмотреть практики и общественные инициативы, добровольческие проекты в сфере сохранения объектов культурного наследия в Германии на примере деятельности немецкого Национального фонда охраны памятников.

На протяжении всей своей деятельности фонд уделяет значительное внимание проектам в области сохранения памятников культурного наследия и принятия мер по предотвращению их утраты, привлечению к работе музейных экспертов и специалистов смежных областей и повышению доступности объектов культурного наследия для граждан. Все началось с инициативной группы энтузиастов, которая в 1985 году образовала фонд под девизом «Дать прошлому будущее!». За несколько лет фонд вырос и превратился в мощную и авторитетную организацию, объединившую в своих рядах людей, увлеченных идеей сохранения, возрождения и популяризации памятников культурного наследия страны. Для этого организация инициирует краудфандинговые сборы, проводит ежегодную общенациональную акцию «День открытых памятников», занимается музейным и соци-



окультурным проектированием, создает исследовательские и образовательные проекты, привлекает внимание местных жителей к традиционной культуре и наследию Германии. Большое значение имеет также вовлечение населения в осознанную деятельность по сохранению культурно-исторического наследия, чтобы тревога за судьбу памятников культуры являлась заботой не только организаций и специалистов, но и каждого жителя страны. Для этого фонд активно популяризирует добровольческую деятельность, оказывает методологическую, информационную, консультационную и ресурсную поддержку волонтерам, а также привлекает в сообщество добровольных помощников не только новичков, но и специалистов в сфере культуры и реставрационного дела [15].

Фонд принимает непосредственное участие в разработке законодательства и нормативных актов, касающихся охраны памятников культуры. Финансирование фонда осуществляется за счет частных пожертвований и государственных субсидий, грантов Европейского союза и других международных организаций.

В последние годы для Национального фонда охраны памятников приоритетной задачей является привлечение внимания молодых людей к проблемам сохранения историко-культурного наследия в процессе формирования активной жизненной позиции и патриотического воспитания. Так, в 2002 году фондом была запущена школьная программа «Denkmal aktiv» для начальных и средних классов учебных заведений, направленная на поддержку памятникоохранных проектов, интегрирование творческих инициатив учащихся в учебный процесс в рамках изучения школьных дисциплин, реализацию общественно-значимых тематических проектов в решение задач сохранения историко-культурного наследия регионов страны [17]. Благодаря программе учащиеся получают необходимый доступ к образовательным ресурсам и обучающим материалам по теме сохранения наследия, могут

принимать участие в мероприятиях фонда (экскурсии, лекции, мастер-классы и др.), а также – запустить собственный проект при поддержке наставников в лице специалистов некоммерческой организации. Согласно данным фонда за 20 лет по всей стране усилиями школьников было реализовано около 1500 социокультурных проектов.

Один из ярких примеров проектной деятельности – совместный проект учащихся школ Альтландсберга и Штраусберга по созданию документального фильма о старейшем средневековом замке Альтландсберг (федеральная земля Бранденбург), построенном в XII веке [14]. Сегодня замок является популярным местом как для местных, так и для зарубежных туристов. Еще один пример: в 2023 году команда учащихся средней школы Хальберштадт запустила исследовательский проект «Хальберштадт – город церквей» по знакомству с тысячелетней историей города через его многочисленные достопримечательности (церковь Св. Катаринен и Мартини, Намбургский собор, Хальберштадтский собор и др.) с опорой на документальные материалы городского исторического архива. По завершении проекта его участники представили свои результаты в виде плакатов и художественных работ [19]. Учащиеся гимназии Брюдера Шолля (г. Висмар) в ходе оценки состояния и сохранности водонапорной башни и городской мельницы разработали концепцию их использования в современных реалиях. Работа велась при поддержке партнеров проекта – специалистов в сфере культуры (реставраторов, строителей, архитекторов, историков). Так, в процессе работы молодые люди узнали, как проводить фотофиксацию объекта, составлять акт предварительного осмотра и работать с исторической документацией. Помимо этого они освоили навыки организации инициативных групп, налаживания контактов и взаимодействия с властями и общественностью, познакомились с юридическими основами деятельности по охране объектов культурного наследия. Тем самым участники программы обрели уникальную возможность применить



знания на практике, почувствовать гордость и получить удовольствие от своего участия в общем деле.

Как показал анализ, программа «Denkmal aktiv» предусматривает помощь учителям в вопросах интеграции темы сохранения наследия в учебный материал школьных дисциплин. Нередко приглашенные историки, преподаватели вузов, музейные работники, краеведы читают в школах лекции по истории регионов, культурных памятников, достопримечательных мест, об особенностях старинной архитектуры.

Целевая аудитория еще одного образовательного проекта фонда «Die Jugendbauhütten», стартовавшего в 2003 году, – молодые люди до 26 лет включительно [11]. На базе специально организованных «молодежных домов» во всех регионах страны волонтеры в рамках добровольного социального года (Freiwilliges Soziales Jahr) приобретают знания по реставрационному делу, необходимые навыки обработки распространенных материалов – камня, дерева и металла, знакомятся с технологиями традиционного ремесленного производства и так далее. Эта государственная программа, запущенная правительством в 1964 году, позволяет заниматься волонтерством как гражданам страны, так и иностранным волонтерам.

Проект предусматривает практические мероприятия: выполнение работ по консервации и реставрации (при участии специалистов), использование в работе нормативно-технической и организационно-технической документации. Занятия по всем программам проводят опытные реставраторы, архитекторы, эксперты в сфере сохранения культурного наследия. В настоящее время около 5 тысяч молодых людей стали частью этого масштабного проекта. По данным годового отчета фонда, в 2017 году в проекте числилось 650 человек, из них 62 участника из-за рубежа [1; 18].

Немецкий Национальный фонд охраны памятников в своей деятельности делает ставку на беспроигрышную стратегию –

волонтерский фандрайзинг, формирование команды неравнодушных граждан, которые собирают для организации деньги, вовлекая в благотворительность свое ближайшее окружение. К примеру, в США каждый третий доллар, пожертвованный на благотворительность, поступает от фандрайзинга. Прибыль от таких мероприятий выросла на 55% в 2015 году, а в 2016 году топ-30 проектов фандрайзинга привлекли \$1,5 млрд. Сбор может запустить абсолютно каждый и обратиться за поддержкой к друзьям, родственникам и коллегам. Людям часто намного легче поддержать идею друга и сделать пожертвование, чем самостоятельно искать фонд и разбираться в проблеме. Некоммерческая организация призывает своих сторонников продвигать специальное событие или делать пожертвования в определенный день. Так, фандрайзинговое мероприятие может быть чем угодно – днем рождения, вечеринкой в честь юбилейной даты одного из родственников – и попасть туда можно за любое пожертвование. Волонтер-фандрайзер становится амбассадором фонда. Помимо сбора средств он популяризирует идеи разумной благотворительности, рассказывает о работе некоммерческой организации по защите объектов культурного наследия, объединяет вокруг нее новых сторонников и единомышленников. Как показала практика, фандрайзинг как методика сбора Национальный фонд охраны памятников использует уже давно и с его помощью организует сбор средств на обеспечение текущей деятельности, финансирование проектов, поддержку мероприятий и акций в сфере культуры. Так, с помощью спонсоров и волонтеров-фандрайзеров фонд ежегодно финансирует до 500 проектов по сохранению культурного наследия по всей стране на сумму около 20 млн евро. Научная комиссия из числа специалистов в сфере сохранения культурного наследия консультирует комитеты фонда по выбору этих проектов. На сегодняшний день фонд поддержал более 5 тыс. проектов и общественных инициатив на сумму более полумиллиарда евро [17].



Так, в настоящее время активно идет сбор на восстановление средневекового замка Ротенфельс (Бавария), деревенской церкви Св. Филиппа и фахверкового дома (Тюрингия), Дома Швальбенклиппе (Бремен), замка Лангенбург (Баден-Вюртемберг) и др.

Одна из значимых общественных инициатив Национального фонда охраны памятников в Германии – запуск в 2012 году стипендиальной программы профессиональной подготовки реставратора (Master Professional). От потенциального кандидата программы требуется наличие высшего образования в области искусства или истории искусств, опыта работа с объектами культурного наследия, а также прохождение всех этапов конкурсного отбора. Специальное жюри из числа членов Центральной ассоциации немецких ремесел и Немецкого фонда охраны памятников определяет стипендиатов программы. Стипендии в размере 6 тыс. евро предоставляются на срок от 12 до 24 месяцев и покрывают все расходы на обучение, проживание и питание в учебном заведении. После успешного завершения обучения стипендиаты получают сертификат Master Professional. Только в 2022 году 15 человек стали стипендиатами данной программы.

Фонд также уделяет внимание образовательной деятельности, являясь центром знаний в области теории и практики охраны и реставрации объектов историко-культурного наследия. С 1991 году организация запустила специализированные образовательные курсы, через 10 лет учредила Академию памятников. Программа учебного заведения опирается на междисциплинарный подход и предусматривает обучение на реальных кейсах, удачно совмещает теорию и практическую работу с объектами культурного наследия. Обучение проходит в лекционных залах и специально организованных помещениях для практических занятий. Занятия проводят эксперты в сфере сохранения культурного наследия: реставраторы, строители, архитекторы, историки, имеющие опыт работы с объектами культуры. По завершении

курса учащиеся получают сертификаты о наличии специальных навыков.

Популяризация и развитие профильного волонтерского движения, выявление и распространение лучших памятникоохранных практик и общественных инициатив рассматривается в качестве приоритетного направления в деятельности фонда. Волонтерское движение позволяет увлечь большое количество молодежи идеями сохранения и современного использования памятников, дать профессиональные знания по исследовательским и ландшафтным работам, реставрации, способствует воспитанию уважения к богатейшему культурному наследию страны. В настоящее время команда добровольных помощников фонда в своих рядах насчитывает 500 человек. Волонтерский корпус выполняет широкий диапазон задач – от участия в восстановительных работах исторического здания замкового комплекса до благоустройства территорий объектов культурного наследия.

Немецкий фонд защиты памятников и организаторы популярной в Германии лотереи GlücksSpirale активно сотрудничает в вопросах реставрации и сохранения культурного наследия. GlücksSpirale выделяет средства на реализацию проектов защиты исторических объектов. Один из успешных примеров плодотворного сотрудничества – финансирование GlücksSpirale работ по реконструкции Бюкебургского дворца (Нижняя Саксония). Благодаря выделенным средствам – 100 000 евро на восстановление замка Хоэнцоллерн (федеральная земля Баден-Вюртемберг) – были проведены работы по реставрации фасадов, обновлению интерьера и укреплению фундамента. Еще один проект сохранения уникального архитектурного наследия Берлина, поддержанный GlücksSpirale, – реставрация декоративных элементов и обновление инженерных систем доходных домов («Berliner Zimmer») в центре города.

Традиционным мероприятием с 2011 года стало проведение фондом серии благотворительных концертов «Grundton D» при поддержке одной из крупнейших радиостанции



в стране – Deutschlandfunk. За 13 лет было проведено более 300 концертов, представляющих собой серию живых музыкальных выступлений на площадках памятников культуры, которые находятся под угрозой исчезновения в восточных федеральных землях. Все вырученные средства идут непосредственно на реконструкцию и восстановление этих объектов культурного наследия [21; 22].

С 1993 года ежегодно фонд и Центральная ассоциация немецких ремесел проводит конкурс на федеральную премию в области сохранения памятников историко-культурного наследия. Премия присуждается в двух федеральных землях и в каждой из них выделяется 15 000 евро на проекты победителей.

На протяжении более 30 лет фонд координирует проведение «Дня открытых памятников» в рамках участия в проведении «Дней Европейского Наследия» («European Heritage Days») под лозунгом «Европа – общее наследие». В эти дни неравнодушные к национальным достояниям ценители, наблюдают, как эксперты и профессионалы рассказывают посетителям о важности сохранения исторических памятников, о том, как эти монументы поддерживаются в том состоянии, в котором их помнит прошлое поколение. В эти дни все исторические монументы и замки открыты для публики. Вход бесплатный или на льготной основе, что привлекает немало туристов. По официальным данным, число посетителей мероприятий составляет от 800 000 до 900 000 человек, что делает «День открытых памятников» одним из крупнейших и доступных культурных событий в Германии. Так, 2022 году в рамках Дня открытых дверей под девизом «В поисках неизведанного. На пути к сохранению памятников» было открыто бо-

лее 300 памятников для посещения во всех административных округах столицы. Программа включает в себя большое количество мероприятий самой разной направленности: выставки, конференции, музыкальные фестивали, школьные, студенческие и благотворительные проекты. Только в 2009 году более 5,5 млн человек посетило объекты культурного наследия.

В целях популяризации своей деятельности и акцентирования внимания общественности и СМИ на реализуемых проектах, добровольческих инициативах в сфере сохранения культурного наследия, фонд активно освещает свою работу в современных масс-медиа и занимается издательской деятельностью. В качестве примера можно привести журнал Monumente-online, в котором представлен широкий спектр полезной информации: инновационные материалы для реконструкции объектов культурного наследия, цифровые технологии и современные методы реставрации, интервью с экспертами в области защиты объектов историко-культурного наследия, архитекторами, искусствоведами и др.

Таким образом, предпринятое исследование поможет сформировать общее представление о работе Немецкого национального фонда охраны памятников. Обзор деятельности некоммерческих организаций в области защиты объектов культурного наследия значительно расширяет теоретические представления о выстраивании работы со спонсорами, волонтерами, молодежью, что может быть использовано в практике памятникоохранной деятельности отечественных общественных организаций и благотворительных фондов.

Список литературы

1. Годовой отчет 2017 [Электронный ресурс]. URL: https://deru.abcdef.wiki/wiki/Deutsche_Stiftung_Denkmalerschutz
2. Горлова Н. И. Волонтерство в России и за рубежом: исторический опыт и современное состояние сохранения культурного наследия. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2020. 158 с.



3. Горлова Н. И., Демидов А. Г. Исследование перспектив организации международных волонтерских кампусов по сохранению культурного наследия на базе российских музеев-заповедников // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 6. С. 96–105.
4. Горлова Н. И., Губина А. В., Демидов А. Г. Современные практики привлечения волонтеров к сохранению историко-культурного наследия: монография. Москва: Перспектива, 2021. 244 с.
5. Губина А. В., Воропаева М. Д. и др. Анализ практики привлечения добровольцев к сохранению культурного наследия (на примере России, Великобритании и Франции). Тверь: Парето-Принт, 2020. 308 с.
6. Законодательство о памятниках истории и культуры в Болгарии // Правовая охрана памятников истории и культуры в зарубежных странах: сборник научных трудов / РАН. ИНИОН; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. Москва, 2005. С. 6–26.
7. Кропинова К. А., Кропинова Е. Г. Охрана объектов культурного наследия в России и Германии: основные проблемы и подходы к их решению // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2022. № 4. С. 83–101.
8. Ливцов В. А. Взаимодействие Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры с органами государственной власти в 2012–2015 годах // Вестник государственного и муниципального управления. 2017. № 2 (25). С. 36–42.
9. Романова А. Г. Сравнительный анализ волонтерских проектов по сохранению исторических знаний и объектов культурного наследия // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2021. № 1 (15). С. 117–120.
10. Чудных Д. В., Чудных В. В., Абакумов Р. Г. Зарубежный опыт и сравнительная характеристика законодательных аспектов охраны памятников культуры в России и Германии // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2022. № 4(62). С. 70–79.
11. Are You Over 18? Then You Absolutely Must Try This Game! Evil Awakening [Электронный ресурс]. URL: https://deru.abcdef.wiki/wiki/Deutsche_Stiftung_Denkmalschutz
12. Bewley R., Maer G. Heritage and economy: Perspectives from recent Heritage Lottery Fund research // Public Archaeology. 2014. Т. 13. № 1–3. Pp. 240–249.
13. Clark K., Maer G. The cultural value of heritage: evidence from the Heritage Lottery Fund // Cultural Trends. 2008. Т. 17. № 1. Pp. 23–56.
14. Das Schlossgut Altlandsberg im Wandel der Zeit. URL: <https://denkmal-aktiv.de/schulprojekt/das-schlossgut-altlandsberg-im-wandel-der-zeit-fontanegym-strausberg/>

*

Поступила в редакцию 25.06.2024



УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!

Журнал принимает к публикации статьи, которые ранее не были опубликованы. Не ранее чем через год после выхода в свет статьи в нашем журнале автор может опубликовать данный текст или его фрагменты в других изданиях. Статья должна обладать научной новизной, отражать основные результаты исследований автора, соответствовать общему направлению журнала и быть интересной широкому кругу российской научной общественности. Статья может содержать (при необходимости) минимум таблиц, формул и графических зависимостей. Статью необходимо завершить выводом (выводами). Все аббревиатуры и научные термины следует раскрывать. Не стоит злоупотреблять интернет-источниками. При их использовании необходимо давать ссылки в соответствии с правилами оформления библиографического аппарата научных статей.

Требования к публикации

1. Текст набирают в редакторе Microsoft Office Word, шрифт – Times New Roman, кегль 14, интервал – 1,5.
2. Объем статьи составляет от 20 000 до 40 000 знаков, включая пробелы и список литературы.
3. Список литературы располагается в конце статьи в алфавитном порядке, библиографические описания в списке оформляются по ГОСТ 7.05-2008, отсылки по тексту статьи даются в квадратных скобках. Количество источников в библиографическом списке не менее 10 и не более 30.
4. К статье прилагаются:
 - а) аннотация (100–250 слов) на русском и английском языках, а также ключевые слова к статье на русском и английском языках (8–12 слов);
 - б) сведения об авторе в следующем порядке – ФИО автора (авторов) полностью, ученая степень, ученое звание, должность, место учёбы или работы (в именительном падеже), город, страна. Все данные дублируются на английском языке. Отдельно указывается контактный телефон, обязательно – электронный адрес;
 - в) обязательным является указание на УДК, грант или госзадание. Обязательно указание на шифр и название специальности, по которой идет статья.
5. Статьи принимаются в электронной версии на e-mail редакции: vestnik-mguki@mail.ru
 - а) все статьи проходят двойное слепое рецензирование и публикуются бесплатно. Редакционная коллегия оставляет за собой право отбора материалов, а также возможность вносить изменения в название и текст статьи по согласованию с автором. Позиция редакции может не совпадать с точкой зрения авторов.
 - б) до рецензирования оригинальность статьи проверяется в системе «Антиплагиат». В журнал принимаются статьи со степенью оригинальности текста не менее 75%. Цитаты занимают не более 20 процентов текста. Самоцитирование ограничено необходимым минимумом (не более 10 процентов текста в форме пересказа со ссылкой на источник).
 - в) автор несет ответственность за точность воспроизведения имен, цитат, формул. Автор должен сообщить редколлегии журнала обо всех своих работах и работах своих соавторов, пересекающихся по тематике с представленной в редакцию статьей и находящимися на рассмотрении в других изданиях.
 - г) статья, после её одобрения редколлегией журнала, может готовиться к публикации до полугода. Форма договора высылается автору после принятия редколлегией решения о публикации. При представлении основных результатов своего исследования автор обязан находиться в правовом поле, т. е. его публикация не должна каким-либо образом нарушать Закон РФ от 27.12.1991 № 2124–1 (ред. от 18.04.2018) «О средствах массовой информации».

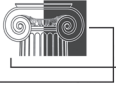


DEAR AUTHORS!

The journal accepts for publication articles that have not been published before. Not earlier than one year after the publication of an article in our journal, the author may publish this text or its fragments in other publications. The article should have scientific novelty, reflect the main results of the author's research, correspond to the general direction of the journal and be interesting to a wide range of the Russian scientific community. The article may contain (if necessary) a minimum of tables, formulas and graphic dependencies. The article must be completed with a conclusion (conclusions). All abbreviations and scientific terms should be disclosed. Do not abuse Internet sources. When using them, it is necessary to give references in accordance with the rules for designing the bibliographic apparatus of scientific articles.

Requirements for publishing

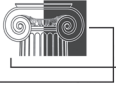
1. The text is typed in the Microsoft Office Word editor, the font is Times New Roman, the point size is 14, the spacing is 1.5.
2. The length of the article is from 20,000 to 40,000 characters, including spaces.
3. The list of literature is located at the end of the article in alphabetical order, bibliographic descriptions in the list are drawn up in accordance with GOST 7.05–2008, references in the text of the article are given in square brackets. The number of sources in the bibliographic list is not less than 8 and not more than 30.
4. Attached to the article:
 - a) abstract (100–250 words) in Russian and English, as well as key words to the article in Russian and English (8–12 words);
 - b) information about the author in the following order – the full name of the author (authors), academic degree, academic title, position, place of study or work (in the nominative case), city, country. All data are duplicated in English. Separately, a contact phone number is indicated, and an e-mail address is required;
 - c) mandatory is an indication of the UDC, grant or state task. It is obligatory to indicate the code and the name of the specialty in which the article goes.
5. **Articles are accepted in the electronic version on the e-mail of the editors: vestnik-mguki@mail.ru**
 - a) all articles are double-blind peer-reviewed and published free of charge. The editorial board reserves the right to select materials, as well as the ability to make changes to the title and text of the article in agreement with the author. The position of the editors may not coincide with the point of view of the authors;
 - b) prior to reviewing, the originality of the article is checked in the Anti-Plagiarism system. The journal accepts articles with a degree of originality of the text of at least 75%. Quotations take up no more than 20 percent of the text. Self-quoting is limited to the necessary minimum (no more than 10 percent of the text in the form of a paraphrase with a link to the source);
 - c) the author is responsible for the accuracy of reproduction of names, quotations, formulas. The author must inform the editorial board of the journal about all his works and the works of his co-authors, which intersect in subject matter with the article submitted to the editorial office and are under consideration in other publications;
 - d) an article, after its approval by the editorial board of the journal, can be prepared for publication up to six months. The contract form is sent to the author after the editorial board decides to publish the manuscript. When presenting the main results of his research, the author must be in the legal field, i. e. its publication should not in any way violate the Law of the Russian Federation of December 27, 1991 № 2124–1 (as amended on April 18, 2018) “On the Mass Media”.



Для заметок

Для заметок





Для заметок
