

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Тюменская государственная академия
культуры, искусств и социальных технологий»

**ВЕСТНИК
ТЮМЕНСКОЙ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ
АКАДЕМИИ
КУЛЬТУРЫ,
ИСКУССТВ
И СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

01 (01) / 2014

Тюмень
2014

**ВЕСТНИК
ТЮМЕНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АКАДЕМИИ КУЛЬТУРЫ,
ИСКУССТВ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Научный журнал

01 (01) / 2014

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Тюменская государственная академия культуры,
искусств и социальных технологий»**

Главный редактор *Шишкин Игорь Геннадьевич*

Зам. главного редактора *Ивачев Игорь Владимирович*

Ответственный редактор *Литкевич Юлия Валерьевна*

Редактор *Олейникова Инна Валентиновна*

Адрес редакции:

625003, Российская Федерация, г. Тюмень, ул. Республики, д. 19, к. 303.

Тел./факс: (3452) 29-70-84, 29-70-49;

e-mail: nauka_tgaki@mail.ru; vestniktgakiist@mail.ru

ББК ????

В 38 Вестник Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий [Текст] : науч. журн. / Тюменская гос. академия культуры, искусств и социальных технологий ; гл. ред. И. Г. Шишкин ; зам. гл. ред. И. В. Ивачев ; отв. ред. Ю. В. Литкевич. — 2014. — № 01 (01). — 130 с.

В научном журнале «Вестник Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий» представлены результаты научных исследований в области социально-культурной деятельности и информационных технологий, философии, культурологии, музеологии и других социально-гуманитарных наук.

Содержание журнала представляет интерес для ученых, преподавателей, работников социально-культурной сферы, студентов, аспирантов и широкого круга читателей, интересующихся научно-исследовательской проблематикой современного социально-гуманитарного знания.

Подписано в печать 17.11.2014 г.

Формат 60x84/8. Гарнитура «SchoolBook»

Печать цифровая. Бумага белая 80 г/м³

Усл.-печ. л. 15,11. Заказ № 71. Тираж ???

© Тюменская государственная академия культуры, искусств и социальных технологий, 2014.

© РИЦ ТГАКИиСТ (оформление), 2014.

ISBN 978-5-91804-???

Министерство культуры Российской Федерации
Federal state budgetary educational institution of higher education
«Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies»

BULLETIN
TYUMEN
STATE
ACADEMY
OF CULTURE,
ARTS
AND SOCIAL
TECHNOLOGIES

01 (01) / 2014

Tyumen
2014

BULLETIN
TYUMEN STATE ACADEMY OF CULTURE,
ARTS AND SOCIAL TECHNOLOGIES

Scientific journal
01 (01) / 2014

Founder

Federal state budgetary educational institution of higher education
«Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies»

Editor *Shishkin Igor Gennadievich*

Zam. chief editor *Ivashev Igor Vladimirovich*

Executive editor *Litkevich Julia V.*

Editor *Oleinikova Inna V.*

Editorial address:

625003, Russian Federation, Tyumen, street Republic, D. 19, K. 303.

Phone/ Fax: (3452) 29-70-84, 29-70-49;

e-mail: nauka_tgaki@mail.ru ; vestniktgakiist@mail.ru

БКК ????

B 38 Bulletin of the Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies [Text] : scient. journe / Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies ; editor-in-chief I. G. Shishkin ; deputy editor-in-chief I. V. Ivashev ; resp. edited Y. C. Litkevich. — № 01 (01). — 2014. — 130 p.

In the scientific journal «Bulletin of the Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies» presents the results of scientific research in the field of socio-cultural activities and information technology, philosophy, cultural studies, museology and other social Sciences and Humanities.

The content of the magazine is of interest to scholars, teachers, workers of socio-cultural sphere, graduate students, and a wide circle of readers interested in research issues in contemporary social Sciences and Humanities.

© Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies, 2014.

© RIC CHEKIST (design), 2014.

ISBN 978-5-91804-???

Состав научной редакции журнала
(Тюменская государственная академия культуры,
искусств и социальных технологий)

- Акулич Е. М.* — доктор социологических наук, научный редактор рубрики «Социально-культурная деятельность»
- Барыкин А.В.* — кандидат филологических наук, научный редактор рубрики «Филология и лингвистика»
- Васильева Е.Н.* — доктор социологических наук, научный редактор рубрики «Конфликтология»; «Психология»
- Вершинин Г.В.* — кандидат искусствоведения, научный редактор рубрики «Изобразительное искусство, архитектура и дизайн»
- Галактионова Н.А.* — кандидат филологических наук, научный редактор рубрики «Филология и лингвистика»
- Гракова Е.В.* — кандидат педагогических наук, научный редактор рубрики «Библиотечно-информационная деятельность»
- Грузинцева Н.В.* — кандидат искусствоведения, научный редактор рубрики «Музыкальное искусство»
- Демина Л.В.* — доктор культурологии, научный редактор рубрики «Музыкальное искусство»
- Жабровец М.В.* — кандидат педагогических наук, научный редактор рубрики «Театральное, хореографическое искусство»
- Захарова Л. Н.* — доктор философских наук, научный редактор раздела «Культурология»; «Философия и общественные науки»
- Лебедев В.С.* — кандидат педагогических наук, научный редактор рубрики «Образование в сфере культуры»
- Шацких Л. В.* — кандидат исторических наук, научный редактор рубрики «Конфликтология»
- Приходько И.Н.* — кандидат исторических наук, научный редактор рубрики «История»
- Рожко К.Г.* — доктор философских наук, научный редактор рубрики «Философия и общественные науки»
- Сабина Т.Б.* — кандидат педагогических наук, научный редактор рубрики «Библиотечно-информационная деятельность»
- Сезева Н.И.* — доктор искусствоведения, научный редактор рубрики «Теория и история искусства»
- Семенова В.И.* — доктор культурологии, научный редактор рубрики «Музеология и охрана памятников культурного наследия»
- Фомичева И.Г.* — доктор педагогических наук, научный редактор рубрики «Образование в сфере культуры»
- Черниева З.Л.* — кандидат культурологии, научный редактор рубрики «Народная художественная культура»
- Шестакова Н.В.* — кандидат исторических наук, научный редактор рубрики «История»

The composition of the scientific magazine

(Tyumen state Academy of culture,
arts and social technologies)

- Akulich E. M.* — doctor of sociological Sciences, scientific editor of the column «Socio-cultural activity»
- Barykin A.V.* — candidate of philological Sciences, scientific editor of the column «Philology and linguistics»
- Vasilieva E. N.* — doctor of sociological Sciences, scientific editor of the column «Conflictology», «Psychology»
- Vershinin C. G.* — scientific editor of the column «Art, architecture and design»
- Galaktionova N. A.* — candidate of philological Sciences, scientific editor of the column «Philology and linguistics»
- Grachova E. V.* — scientific editor of the column «Library and information activities»
- Gruzintseva N. V.* — scientific editor of the column «Musical art»
- Demina L. V.* — doctor of Culturology, scientific editor of the column «Musical art»
- Gabrovec M. V.* — the candidate of pedagogical Sciences, scientific editor of the column «Theatrical, choreographic art»
- Zakharova, L. N.* — doctor of philosophical Sciences, scientific editor of the «Cultural Studies»; «Philosophy and social science»
- Lebede, V. S.*, PhD, scientific editor of the column «Education in the field of culture»
- Shatskikh L. V.* — candidate of historical Sciences, scientific editor of the column «Conflictology»
- Prikhodko, I. N.* — candidate of historical Sciences, scientific editor of the column «History»
- Rozhko, K. G.* — doctor of philosophical Sciences, scientific editor of the column «Philosophy and social science»
- Sabinina T. B.* — candidate of pedagogical Sciences, scientific editor of the column «Library and information activities»
- Sezewa N.* — doctor of arts, science editor of the column «Theory and history of art»
- Semenova V. I.* — doctor of Culturology, scientific editor of the column «Museology and protection of cultural heritage»
- Fomicheva, I.G.* — doctor of pedagogical Sciences, scientific editor of the column «Education in the field of culture»
- Czerniawa H. L.* — candidate of Culturology, scientific editor of the column «Folk art»
- Shestakova N. V.* — candidate of historical Sciences, scientific editor of the column «History»

РАЗДЕЛ I

**ФИЛОСОФИЯ.
КУЛЬТУРОЛОГИЯ.
МУЗЕОЛОГИЯ**

Галактионова Н.А.

Galaktionova N.A.

КУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ОБЛАСТИ:
ПЕРСПЕКТИВЫ СТАНОВЛЕНИЯ
КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ТЮМЕНЦЕВ

CULTURAL SPACE OF THE REGION:
PROSPECTS FOR THE FORMATION
OF CULTURAL IDENTITY TYUMENTSEV

В статье излагаются социологические воззрения на региональное пространство. Анализируются современные векторы брендинга территории Тюменской области, культурное пространство региона.

Ключевые слова: региональное пространство, имиджирование региона, территориальный бренд, культурное пространство.

The article expounds sociological approaches to the regional space, in particular the modern vectors for Tyumen Region territory branding, cultural space of the region.

Keywords: regional space, region image creating, territorial brand, cultural space.

Тюменская область — сложное политико-географическое образование, сложносоставность региона, последние преобразования федеральных округов осложнили также и мировоззренческие представления жителей региона о своей самости. Мобилизация региональной идентичности обусловлена особыми задачами и изменившимися условиями. В понятии региона закрепляется не просто географическая территория, декларативно выделенная на карте страны, тем более, что последнее обусловлено лишь политической волей руководства, или референдумом жителей, как это произошло в ряде последних преобразований, направленных на укрупнение регионов. Тюменская область в результате одних из последних переделов территорий отнесена к Уралу, и в местном сообществе постепенно закрепляется понятие «Зауралье» по отношению к области, а не Сибирь, как это было долгое время. Регион — единица, в которой территориально обусловлены механизмы воспроизводства жизнедеятельности, культуры, природные и трудовые процессы.

Тюменский регион относится к северу Сибири, что имеет под собой несколько оснований. Это, во-первых, картографически закреплённые географические номинации «Сибирь», «Западно-Сибирская равнина (низменность)», «Западная Сибирь». Во-вторых, традиция осмысления территорий за Уральскими горами как сибирских. Причем административные преобразования последних лет (включение Тюменской области в Уральский Федеральный округ) мало повлияли на самоидентификацию жителей региона как сибиряков. Сибирячество — достаточно актуализированный феномен в бытийном пространстве региона, патриотические чувства, например, стали краеугольным камнем творчества А. Омельчука. Сибирь в книге А. Омельчука становится «стержнем космического миропорядка». Омельчук включает в сибирскую орбиту Верна, Льва Толстого, Гумбольдта, Ленина, Пушкина, Достоевского, Ельцина, Смоктуновского и т.д. [6]. Во многих регионах процесс выделения, маркированности уникального является важным брендинговым моментом [1, с. 3].

Для политических элит обращение к региональному типу идентичности вызвано рядом целей. Развитие региональной идентичности способствует культурно-политической интеграции населения, одновременно выступая фактором политической легитимизации региональных властных институтов вне и внутри региона [4, с. 5].

Региональная идентичность становится актуальной в условиях обострения кризиса общества. В этом случае оно подкрепляется самопроизвольными процессами, идущими «снизу», и отражают ориентацию населения на более устойчивые формы пространственной коллективности. Тюменская область граничит с Казахстаном, Республикой Коми, Красноярским краем, Свердловской, Курганской, Омской, Томской, Архангельской областями. Территория области — 1435,2 тыс. кв. км. В состав Тюменской области входят два равноправных субъекта Российской Федерации — Ханты-Мансийский-Югра и Ямало-Ненецкий автономные округа, 483 муниципальных образования. На территории региона добывается около 67% нефти и 91% естественного газа от общей добычи в стране. Основные запасы углеводородного сырья сосредоточены в Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском автономных округах. Индекс развития человеческого потенциала Тюменской области (ИЧРП), рассчитанный по методике ООН, признан наивысшим в России. Этот российский регион опережает Москву (0,866 против 0,846). В настоящей статье использованы данные, полученные в результате научно-исследовательского проекта «**Культурное пространство Тюменской области: разработка и внедрение инновационной модели развития отрасли «Культура и искусство» на среднесрочную перспективу (2010–2020 гг.)**», в рамках которого было проведено исследование-омнибус «**Эффективность функционирования действующей региональной модели отрасли культу-**

ры и искусства Тюменской области». Основной метод исследования — анкетный опрос (объем выборочной совокупности — 992 респондента в возрасте от 19 до 79 лет, постоянно проживающих на территории юга Тюменской области), в рамках настоящего исследования был осуществлен экспертный опрос (40 человек). Тип выборочной совокупности в указанных исследованиях: случайная квотная с распределением по месту проживания, полу, возрасту. Заданный уровень доверительности составляет 95%, предельная ошибка выборки не превышает 5%. Исследование позволило обозначить не только приоритетные направления культурной политики региона, но и зафиксировало мнение респондентов о текущем состоянии культуры в регионе, дало возможность изучить основные константы регионального культурного пространства. В исследовании решались вопросы выяснения ведущих форм культурной идентичности, путей формирования культурной идентичности и т.д. Более 80% респондентов отнесли себя к представителям российской нации, а не к представителям собственного этноса или региона.

В структуре региональной идентичности присутствуют «знаниевые» компоненты об особенностях собственной «территориальной» группы и ментальная категория осознания себя ее членом, имеющая ценностный аспект в осмыслении значимости своей территории в мировой и локальной системе координат.

Региональная идентичность — одна из наиболее востребованных по количеству мобилизационных проектов в целях решения каких-либо задач. Апелляция к идентичности (общегражданской, этнической, классовой или политической) и др. выступает важнейшим мобилизационным ресурсом, используемым в избирательных кампаниях. Искусство, декларативные призывы, законодательные акты, обращения знаковых личностей эксплицируют территориальные мотивы, напрямую обращаясь к региональной идентичности, эксплуатируя тему «малой родины». Учет специфики региональной самоорганизации — одно из направлений политического управления. Конструктивистская деятельность элит по формированию официальной, региональной, этнической идентичностей исследовалась Э. Геллнером, Б. Андерсеном, Э. Хобсбаумом.

По отношению к жителям Тюменской области наиболее востребована актуализация «сибирячества» или северного братства. «Слава сибирякам, отстаившим Москву» — гласят плакаты областного центра. Этот лозунг наглядно демонстрирует одну из основных ценностных установок россиян. Москва как «наше все» — популярный и тиражируемый символ, укорененный в письменно-литературной и фольклорной традиции России, что не всегда присутствует в других культурах. Так, С. Хантингтон утверждает, что в Америке «проявления территориальной идентичности значительно ослаблены, если не отсутствуют вовсе» [8, с. 90–91]. Сакральная ценность Москвы

для России подкрепляется также и метафизической привязанностью русского человека к земле, к месту, к географической точке пространства. В русской традиции именно Москва наиболее полно воплотила в себе признаки такого «святого места», поэтому апелляция к Москве в центре «столицы Сибири» уместна и знакова. В лозунге закрепляется миссия сибиряков как акторов национального строительства, защиты государства. «Тюмень — звезда Сибири и сердце России», «Тюменская область — сердце России» — наиболее популярные тюменские лозунги, здесь очертания Тюменской области на географической карте намеренно предстают в виде стилизованного сердца, окрашенного в цвета российского флага. Эта ментальная карта демонстрирует вариант использования географии в качестве идеологического приема.

Проблемы формирования региональной идентичности в Тюменской области обусловлены изменившимся обликом края, чему способствовало изменение традиционной занятости населения вследствие открытия нефтегазоносных месторождений, миграционные и урбанистические процессы, особый статус области в составе России, когда в правовом поле действуют как самостоятельные субъекты национальные округа — Ямал и Югра. Отсюда — очевидные трудности в формировании общерегиональной идентичности, для оформления которой требуется осознание населением общности исторической судьбы; особенностей материальной и духовной культуры; ментального понимания географического единства территории; общего типа хозяйственной жизни; общей деятельности; принятие совместных решений, отвечающих интересам юга и северных округов, различных этнических сообществ на территории области. То есть, для оформления региональной идентичности важны территориальные связи на основе совместной жизнедеятельности разных социальных групп — этнических, культурных.

Для интенсивного освоения малозаселенной территории (в среднем на квадратный километр приходится 2,3 человека, на Ямале — 0,7, в Югре — 2,8, на юге области 8,2) нужны люди. Пришло понимание того, что временщики — вредное явление, нужно создавать местные укорененные сообщества, имеющие традиции. В области идет процесс конструирования идентичности с помощью самых различных инструментов. К таким инструментам можно отнести образование, деятельность СМИ, культуру (в ее прикладном аспекте), социальные акции.

В регионе действует сеть высших учебных заведений, идет процесс становления местной интеллигенции, отток талантливой молодежи в центральные города сокращается. Власть инициирует различные культурные проекты, имеющие суггестивную подоплеку: «Книга года», «Тюменская марка», «Моя Тюмень», «Люблю тебя, мой край родной», создана «Золотая книга молодежи Тюменской

области» и т.д. Власть, общественные и образовательные учреждения, используя СМИ, популяризирует достижения местных спортсменов, писателей, художников, стремясь создать противовес имиджу края нефтяных вышек, «трубы». В валоризации региональной идентичности особое место занимает история, что обусловило стремление Тобольска занять нишу туристического центра.

Инициированные или одобренные властью проекты легче координировать, управлять ими. В округах власть справляется с проектом регионализации достаточно успешно

В областном центре очевидны трудности: у Тюмени не было статуса древней столицы Сибири, как у Тобольска, нет залежей природных богатств, нет знаковых личностей, либо их масштаб не «дотягивает» до общенационального, как у знаменитых тоболяков. В Тобольске родились живописец и картограф Семен Ремезов, композитор Александр Алябьев, художник-передвижник Василий Перов, выдающийся разносторонний ученый Дмитрий Менделеев, физик Петр Грабовский, инженер, создатель Останкинской телебашни Николай Никитин. В Тобольске жили и трудились историк Петр Словцов, художник-краевед Михаил Знаменский, сказочник Петр Ершов, поэт Денис Давыдов, автор песни «Славное море священный Байкал», этнограф, исследователь Александр Дунин-Горкавич, президент Российской академии наук Г. Осипов.

Процесс создания идентичности на уровне города пока слабо реализуется, но позволяет проектировать различные сценарии изменения ситуации с учетом опыта других регионов или собственных автономных округов. В региональной риторике обязательно эксплицируется общероссийская значимость города, как в популярном лозунге «Тюмень — сердце России».

Еще в концепции идентичности А. Ватермана раскрывается функция идентичности как выбора индивидом общего жизненного направления, смысла жизни через определение идей, ценностей и убеждений, которыми руководствуется человек. Развитие такой идентичности предполагает постоянное нахождение соответствия между желаемым (целями, ценностями, убеждениями) и возможным (требованиями изменяющейся жизни).

Эксперты высказали свое мнение относительно суждений, характеризующих различные стороны современной культурной жизни региона. 28% опрошенных в значительной степени согласились с тем, что настоящее время можно говорить об *утрате исторической преемственности духовно-нравственных идеалов*. 30% отметили *снижение эстетических параметров среды обитания человека; разрушение системы патриотического воспитания*. Разошлись мнения относительно воззрений на *снижение уровня художественной культуры населения* — 28% согласны с этим утверждением лишь отчасти, по 25% согласны в значительной степени и согласны полностью.

32% полностью согласны с тем, что происходит *экспансия массовой культуры, денационализированной по форме и содержанию*.

45% экспертов полностью согласны с тем, что главное — *это уважение к сложившимся в регионе обычаям и традициям*. 65% полностью согласны с тем, что *только возродив высокую духовность народа и нашу культуру, мы поднимем Россию*. 35% полностью согласны с тем, что для *сохранения самобытности нашей страны следует ограничить иностранное влияние на культуру россиян*, 28% согласны с этим лишь отчасти. По 27% согласны в незначительной степени и согласны лишь отчасти с тем, что *в последние годы культура нашей области в упадке*. 27% в значительной степени согласны с тем, что в последние годы *культура нашей области находится на подъеме*. 23% согласны в незначительной степени и согласны лишь отчасти.

Неоднозначная картина обнаруживается при выяснении мнений экспертов по поводу установки в столице области памятников, которые заслуживают различные персоны, чья жизнь была связана с Тюменью. В качестве таких персон в анкете были предложены имена 34 наиболее известных исторических личностей, а также имена Почетных горожан, получивших это звание в разные периоды городской жизни. Ответы экспертов обнаружили круг «лидеров». Это прежде всего Ермак Тимофеевич — 19,4%, Ю.А. Гуляев — 18,3%. И.Я. Словцов — 12,8%, Д.И. Менделеев — 11%. Этот набор имен еще раз свидетельствует о необходимости глубокого исследования и широкой популяризации настоящей истории края, без мифов и стереотипов. Большинство предложенных для широкого обсуждения персон неизвестны тюменцам, что может свидетельствовать о низком внимании региональных властей к брендированию территории, закреплению в массовом сознании знаковых имен, имеющих непосредственное отношение к развитию региона. Следует особо отметить тот факт, что столица области бедна на памятники, особенно в сравнении с Тобольском. Широко известны лишь несколько — памятник Ленину у здания областной администрации, памятник Юрию Эрвье, исследователю тюменских нефтегазоносных месторождений, памятник святителю Филофею Лещинскому, памятник купцу Текутьеву, памятник матери (вызывающий неоднозначную эстетическую и мировоззренческую оценку). Наибольшее количество положительных откликов получили скульптурные композиции Александровского сада и в последнее время скульптуры на тюменской набережной. В апреле 2014 года была открыта еще одна символическая скульптурная композиция — сквер борцов революции украсил фонтан, в центре которого стилизованный абрис Тюменской области в камне. Композиция построена таким образом, что ее можно подсвечивать в цвета российского флага, кроме того, в композиции наме-

ренно обыгрывается сходство очертаний границ области и человеческого сердца. Таким образом, в архитектонике этого фонтана используется ставший уже привычным для тюменцев бренд — «Тюменская область — сердце России». Символическая платформа этого бренда очевидна — Тюменская область — энергетическое сердце России, ее мотор, а артерии и вены — нитки газонефтепроводов, перекачивающих «кровь» во все уголки необъятной России и дальше — в Европу и т.д. Скульптурные композиции у цирка и сквера сибирских кошек вторичны и являются копиями известных скульптур в других регионах, да и само название «Цветной бульвар» — копия московского. Как писал И. Кабаков, на художественном уровне это означает «появление изделия, сделанного не в столице, а «как в столице» [3, с. 46].

При этом провинциализм, проявление провинциального духа реализуется в четырех аспектах — во-первых, «не хуже чем», с учетом всего, что есть в столице, что вызывает стремление воссоздать весь исторически сложившийся путь, обстоятельства «столичной жизни» — (копировать структуру власти, архитектурный облик, моду, тип времяпрепровождения и т.д.), но сроки, усеченность временного интервала ведет к пропускам, пробелам, эрзацу новом копируемом столичном образце. Тиражирование одинаковых образцов культуры, стремление к «одинаковости», копии — явление не сегодняшнего дня, так или иначе, следы копирования, моды можно проследить на протяжении нескольких столетий в самых разных регионах и культурах, тиражируемые знаки фиксируются в топонимике, в архитектуре, в памятниках, их дальнейшая жизнь не всегда счастлива, нередко следы прошлого лежат в руинах, «ибо самый действенный способ избавиться от тоски по былому величию — совершенно не думать об исторических зданиях и не обращать внимания на их архитектурные особенности. < > Жители города растаскивают камни из городских стен. <...> Другой способ избавиться от воспоминаний — построить на месте развалин «современный европейский дом». Но беспамятство и уничтожение следов прошлого не проходят даром — в конечном счете они только увеличивают печаль, дополняя ее ощущением бессмысленности и нищеты жизни» [7, с. 137–138].

Только 20% экспертов считают достаточной пропаганду местного культурного наследия. При этом, по мнению экспертов, основная проблема областного центра связана с отсутствием ярких имен, внесших вклад в развитие города (45%), либо с их недостаточной популяризацией, 32%, ориентируясь на города и районы юга области, уверены, что такой проблемы «скорее нет».

57% экспертов отмечают отсутствие экскурсионного сопровождения в черте города, еще 60% отмечают отсутствие постоянных туристических маршрутов местного значения. До последнего вре-

мени в Тюмени функционировало только 2 туристических маршрута — обзорная и «Храмы Тюмени», были попытки организации экскурсий по «крапивинским» местам, купеческой Тюмени, отраслевым производствам города. Сейчас, благодаря инициативе частных туристических и экскурсионных агентств, в городе есть стилизованные костюмированные тематические экскурсии по «злачным местам дореволюционной Тюмени», «прогулки по городу с привидениями», «Тюмень матерщинная» и т.д.

30% экспертов в значительной степени уверены в *невозможности потенциала традиционной культуры как средства художественного развития личности*. 32% лишь отчасти согласно с тем, что *на современную жизнь влияет отсутствие национально-ориентированной системы художественного воспитания*. Разошлись мнения относительно влияния на развитие традиционной культуры органов государственной власти Тюменской области: 32% считают, что они «оказывают влияние 50/50». 25% уверены, что такое влияние власть оказывает лишь отчасти. В ходе исследования было получено и по 20% взаимоисключающих мнений — «в значительной степени», «в наибольшей степени».

Относительно муниципальной власти ответы были более оформленными — 35% — 50/50, 30% — «в значительной степени», 20% — «лишь отчасти». Наибольшее влияние на *развитие традиционной культуры оказывают деятели культуры и искусства* (40%), еще 30% считают, что именно они «в наибольшей степени» отвечают за культуру. 30% экспертов отмечают роль преподавателей школ искусств и культуры, что вместе с ответами 50/50 (28%) и в «наибольшей степени» — 25% свидетельствует о серьезной роли учителя, по сути, низшего звена в вертикали отрасли, и говорит о статусе учителя как о трансляторе ценностей, от которого во многом зависит будущее отрасли. Вместе с тем ответы экспертов позволяют судить и о роли преподавателей общеобразовательных школ в развитии традиционной культуры — 27% считают, что они влияют лишь отчасти и 50/50, что говорит о том, что предметы эстетического цикла в ряду других школьных предметов играют незначительную роль.

38% экспертов считают, что священнослужители и церковь лишь отчасти влияют на традиционную культуру. 35% (50/50) и 30% «лишь отчасти» — говорят о влиянии журналистов и СМИ. 40% экспертов считают, что политические партии влияют на традиционную культуру лишь отчасти. По 40% считают, что бизнесмены оказывают влияние на традиционную культуру «лишь отчасти», еще 40% считают, что такого влияния они совсем не оказывают. 31% считает, что национальные общественные объединения влияют на развитие традиционной культуры лишь отчасти, 28% — «в значительной степени». 50/50 — просто инициативные люди.

Число экспертов, считающих, что в настоящее время «значительное» либо «наибольшее» влияние на развитие традиционной культуры оказывают:

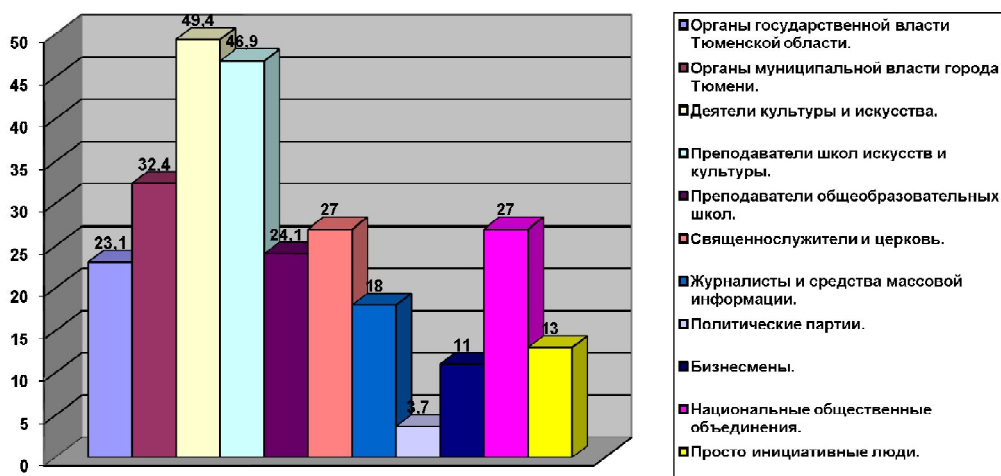


Рис. Мнение о приоритетных факторах, влияющих на развитие традиционной культуры (%). Данные экспертного опроса 2010 (n=40)

51% экспертов считают, что «традиционная культура в современном обществе является символом связи времен и поколений», 31% что «традиционная культура связана с прошлым народа, к которому принадлежит человек». Символический характер народного творчества, его укорененность в прошлом и истории народа отнюдь не исчерпывается только фольклором и народными видами художественного творчества (7%).

Как бы вы лично определили, что такое традиционная культура в современном обществе?

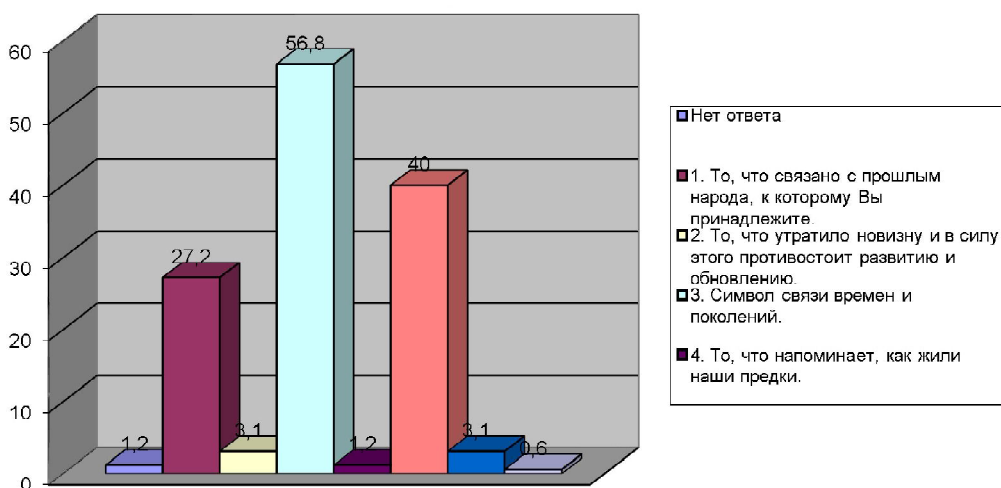


Рис. Мнение о месте традиционной культуры в современном обществе (%). Данные экспертного опроса (n=40)

Наиболее эффективными организационными формами работы по использованию традиционной культуры, являющейся основным этнодифференцирующим признаком в системе этнической идентичности, в образовательном и воспитательном процессе эксперты считают поисково-исследовательскую работу по использованию традиционной культуры в образовательном и воспитательном процессе (40%), проведение праздников, народных гуляний, ярмарок народного творчества и выставок народных умельцев (28%), и только 3% считают такой формой организацию концертно-исполнительской деятельности и турне молодых дарований.

Экспертное мнение не расходится с мнением большинства респондентов массового опроса о приоритетных формах развития традиционной культуры в современном обществе. 40% респондентов юга области полностью согласны с тем, что Россия — общий дом для разных народов, и ни один народ не может иметь особых преимуществ, 35% согласны с этим в значительной степени. Подобное распределение ответов позволяет судить об исповедуемых толерантных установках работников культуры области. Однако 23% дали ответы взаимоисключающие — «совершенно не согласен» и «согласен полностью» с тем, что следует обеспечить приоритетную политику по отношению к русскому народу. По 20% набрали ответы — «согласен в незначительной степени», «согласен лишь отчасти». 70% не согласны с тем, что Россия только для русского народа.

60% экспертов сошлись на том, что они осознанно принимают культурные нормы, образцы поведения, ценные ориентации и язык страны (региона). 42% понимают себе «я» с позиций культурных характеристик российского общества.

Эксперты считают, что *наиболее значимый пласт многослойного культурного пространства Тюменской области — это общероссийская культура (80%)*.

Эксперты считают приоритетными в региональных социокультурных процессах местные и городские интересы (42%), общегосударственные российские (40,7%), еще 18% считают таковыми местные этнические интересы.

Эксперты демонстрируют толерантную позицию относительно взглядов на культурную идентичность юга области и ее тяготение к общероссийскому вектору вне этнических рамок, но с доминированием русской культуры. Нехватку «знаковых» имен общероссийского масштаба эксперты считают одним из основных проблем в оформлении «лица» города как культурной столицы области. Все вышесказанное говорит о необходимости налаживания эффективной системы двусторонней связи государственной и региональной власти в виде прямых инструкций, широкого освещения деятельности власти о принимаемых решениях, внесении изменений в государственную культурную политику, являющуюся необходимым каналом

трансляции ценностных общероссийских установок с применением всех медийных каналов — печатных и электронных СМИ и т.д. Генераторами формирования идентичности в стране, регионе выступает в первую очередь власть, которая инициирует направление социальной политики в регионе, действуя через интеллектуальную элиту. Поддержку власти осуществляет сеть региональных СМИ, распространяющая поддерживаемые властью и интеллектуальной элитой символы и ценности; институт образования, транслирующий эти ценности и символы посредством регионального компонента образовательного стандарта.

Механизм формирования региональной идентичности строится на взаимодействии внешних факторов — действий центра по отношению к региону, особенные усилия которых направлены на реструктурирование территориального, управленческого и иных факторов, макроэкономических условий, брендированию территории через центральные СМИ; и внутренние факторы: региональные условия, намерения и обусловленные ими действия региональной элиты, символы и традиции регионального сообщества, человеческого капитала региона, брендирование территории во внутрирегиональных СМИ.

Региональная идентичность в Тюменской области не доминирует над российской, последовательно вписываясь в ее состав, что обусловлено благоприятной экономической ситуацией, сильной позицией лояльных к российской власти региональных властей, стабильностью в культурной, языковой сферах. Особая роль региона в российской истории как региона донора обусловило интенсификацию миграционных потоков, произошли изменения в этнической структуре населения региона и оформились основные пропорции этнической структуры. Основу полиэтнической общности составили русские, остальные этнические группы проявили тенденцию приспособления к доминирующей этнической коалиции. Ассимилятивные областные процессы сказались, главным образом, на языковой ситуации, в остальном, несмотря, на общую ценностную базу, мировоззрение, символы, бытовые и трудовые практики, областная общность не является гомогенизированной. Это обстоятельство обусловило четкую этническую идентификацию, ее доминирование над региональной. Идентичность Тюменской области следует рассматривать как реальность, обусловленную благоприятными особенностями экономического развития, спецификой этнокультурной среды. Тенденции регионализма не выходят из-под государственного контроля, что позволяет нивелировать межэтническую конфронтацию, однако политика региональной власти должна быть сориентирована на создание основ для усиления национально-государственной, общероссийской идентичности.

Библиографический список

1. Галактионова, Н. А. Брендинг регионального пространства как механизм формирования идентичности [Текст] / Н. А. Галактионова // Теория и практика общественного развития. — № 4. — 2012. — С. 79–83.
2. Золотухина, Д. А. Историко-культурный имидж региона : теоретические аспекты и прикладные перспективы [Текст] / Д. А. Золотухина // Вестник МГУ. Сер. 19. — 2010. — № 3. — С. 108–114.
3. Кабаков, И. 60–70-е... Записки о неофициальной жизни в Москве [Текст] / И. Кабаков. — Москва : Новое лит. обозрение, 2008. — 368 с.
4. Куцев, Г. Ф. Тенденции регионализации высшей профессиональной школы в условиях российского федерализма [Текст] / Г. Ф. Куцев // Современный федерализм края, области в составе Российской Федерации. 16–17 сент. 1997 г. — Тюмень, 1997. — № 2. — С. 110–116.
5. Мелешкина, Е. Ю. Региональная идентичность как составляющая проблематики российского политического пространства [Текст] / Е. Ю. Мелешкина // Региональное самосознание как фактор формирования политической культуры в России ; под. ред. М. В. Ильина, И. М. Бусыгиной. — Москва, 1999. — С. 126–137. — С. 126.
6. Омельчук, А. Частное открытие Сибири [Текст] / А. Омельчук. — Тюмень : Изд-во Юрия Мандрики, 1999. — 392 с.
7. Памук, О. Стамбул : город воспоминаний [Текст] / пер. с турецкого М. Шарова и Т. Меликова. — Москва : Изд-во Ольги Морозовой, 2006. — 504 с.
8. Хантингтон, С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности [Текст] / С. Хантингтон — Москва : АСТ : АСТ МОСКВА, 2008. — 635 с.

*Дубашинский Р.Ю., Татаринцев В.А.,
Титовец А.В., Федоров Р.Ю.*

*Dubashinsky R.Yu., Tatarincev V.A.,
Titovets A.V., Fedorov R.Yu.*

ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА
И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ¹

TRADITIONAL CULTURE
AND ACTUAL PROBLEMS OF THE PRESENT

Статья посвящена исследованию роли традиционной культуры в поиске ответов на актуальные вызовы современности. В работе исследованы отдельные аспекты трансформаций категорий времени и пространства, а также коммуникативных моделей культуры при переходе общества от архаики к постмодерну. На примере библейской притчи о Блудном сыне рассмотрены пути возврата современного общества к некоторым фундаментальным ценностям традиционной культуры.

Ключевые слова: *традиционная культура, сохранение и трансформации традиций, современность, пространство и время, культурные коммуникации, притча о Блудном сыне.*

The article is devoted to investigation of a role of traditional culture in searching for the answers to the actual challenges of the present. The work observes transformations of the categories of time and space as well as communicative models of culture in transmission of the society from archaic to postmodern. On example of a bible parable about the Prodigal son in the article considered the ways to return of the modern society to some fundamental values of traditional culture.

Keywords: *traditional culture, preservation and transformations of traditions, the present, space and time, cultural communications, parable about the Prodigal son.*

Введение

Современные цивилизационные ритмы общественного мирового развития стремительно формируют все новые и новые проблемы и вызовы, требующие своего едва ли не мгновенного решения. Частота постановки этих проблем напрямую зависит от движения и «продвину-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФГФ, грант № 13-21-01004а(м) и БРФФИ, грант № Г13Р-043.

тости» технологической мысли человечества. Скорость обновления и смены информации и технологий не способствует формированию и кристаллизации устойчивых (традиционных) форм жизнедеятельности и жизнеобеспечения. Об этом свидетельствует хотя бы частота реформ в сфере образования, с той или иной периодичностью проводимых не только на территории восточнославянских стран, но и в целом на всей территории Европы. И только этими реформами в сфере образования кризисные явления не исчерпываются. С завидным постоянством ритм мирового развития нарушают экономические и финансовые кризисы, «цветные революции», локальные войны. Все это не способствует стабильности и долгосрочной перспективе функционирования современных обществ и государств. Между тем именно традиционные народные культуры являют собой пример сохранения и стабильного функционирования последних.

Проблемное поле данного направления исследований достаточно широко. Оно включает в себя проблематику сохранения, трансформации, функционирования традиционной народной культуры в самых различных ее аспектах и уровнях бытования и реализации в условиях всеобщей глобализации. Ключевым моментом, способствующим полному и всестороннему пониманию данной проблемы, является принципиальная идея о множественности ареально-локальных традиций, которые, в конечном счете, и образуют общую этническую культуру, в которой специфическое и особенное характеризуют ее неповторимость и самобытность.

Чрезвычайно важно и актуально, что перечисленные положения так или иначе объединяются в вертикальном срезе уровней в более общий и всеобъемлющий уровень информативности и коммуникативности. Пожалуй, можно утверждать, что именно на нем традиционные народные культуры имеют самые тесные непосредственные и опосредованные связи с современной цивилизационной культурой на всех ее срезах и уровнях функционирования и бытования. Это говорит о том, что вся цивилизационная культура настоящего не возникла, не сформировалась и не будет развиваться на пустом и неосвоенном поле. Пространство культурного движения и жизнедеятельности едино, ибо человек традиционной культуры по своим фундаментальным характеристикам ничем не отличается от человека современной цивилизационной культуры. Единство их обусловлено биологической природой происхождения, социальной формой существования (вне общества человек не выжил бы даже при самых благоприятных условиях), коммуникативным характером функционирования, реализации своей жизнедеятельности. На многие вопросы, которые тревожили человека древней цивилизации, человек современности продолжает искать ответы и сегодня. Пускай изменилась форма, но содержание (сущность) проблем осталось неизменным. Вызовы, которые бросает человеку действительность, вынуждают его

искать соответствующие, адекватные меры противодействия. От того, как он реагирует, во многом будет зависеть его дальнейшая судьба. Это, по существу, процесс постоянного взаимодействия индивидуума с окружающим миром в самом широком смысле этого слова. Здесь мы вплотную подходим к проблеме развития и саморазвития человека. А эта проблема, в свою очередь, напрямую связана с вопросом обретения человеком *нового опыта*, получения *новых знаний*. При этом важно, чтобы этот новый опыт не заменял, а по возможности гармонично дополнял ранее приобретенный. Издревле одной из основополагающих фундаментальных ценностей жизни является труд. Вспомним знаменитую притчу Христа о блудном сыне. Младший сын, получив от отца свою долю наследства, ушел и предался беззаботной, веселой жизни (в отличие от старшего, который трудился), не осознавая, что это прямой путь к распутству и порокам [1]. А развлечение, распутство не дают человеку реальных материальных плодов своего труда. Блудный сын, растратив все до копейки, достиг нижней границы падения. Он оказался на грани, которая разделяет бытие и небытие. Чтобы выжить, он вынужден был пасти и кормить свиней. Но ведь именно падение стало толчком к переосмыслению младшим сыном своей жизни, а как следствие — к началу поступательного движения вверх. Блудный сын делает выбор в пользу бытия. Прежде всего он возвращается в родные места, поскольку только в родном доме он мог найти опору и поддержку. Он возвращается потому, что знал, что его там примут. А отчий дом, что ни говори, — это колыбель традиции, благодаря которой, по существу, и развивается цивилизация. Блудный сын покинул отчий дом, но в конце концов вернулся, таким образом закольцевав один отрезок жизни, для того чтобы стартовать в новую жизнь. Он возвращается, но предстает перед отцом уже в совершенно *новом качестве*. Это уже не тот легкомысленный молодой человек, который хотел только тратить и не хотел трудиться. Безусловно, он будет работать не покладая рук, но у него есть преимущество перед братом. Получив свою долю и покинув дом, *прочувствовав* всю глубину своего падения, он приобрел бесценный *опыт*, который навсегда останется с ним и будет своеобразным путеводителем на дорогах жизни. Таким образом, он владеет старым и познал *новое*, не отрицающее, а дополняющее и укрепляющее *старое*.

На примере возвращения блудного сына мы видим завершённый цикл. У младшего сына, безусловно, будет дальнейшее развитие. И вот эта цикличность, представляется, в очередной раз свидетельствует о цикличности развития любой цивилизации. Однако цивилизация, построенная на удовлетворении человеком своих потребностей и потребительском отношении к окружающему миру, не созидаящая и не создающая материальные и духовные ценности, неизбежно исчезает с исторической карты мира.

Категории времени и пространства в традиционной культуре

Любая традиционная народная культура существует в границах строго очерченного пространства и времени. Этими параметрами, возможно, они различаются между собой, но вместе с тем обладают такой фундаментальной закономерностью, которая их объединяет. Ее можно было бы охарактеризовать как способность к самосохранению и самовозобновлению. Разумеется, до определенной критической точки, после которой начинается ее разрушение. Позволим себе высказать такую мысль. Гении в настоящее время не рождаются потому, что современный человек не владеет ни пространством, ни временем. Казалось бы, пространство и время — величины неизменные, постоянные. Однако в современных условиях пространство как бы расширяется по причине человеческой жажды увидеть, освоить, познать что-то новое. То есть человеку для комфортного существования, как это ни странно звучит, нужно постоянно изменяющееся и расширяющееся пространство, которое существует только в его сознания. И проблема здесь заключается в том, что человек не может познать в необходимой мере пространство своей жизнедеятельности. И напротив, человек традиционной культуры в сферу своей жизнедеятельности вовлекал только то пространство, которое было необходимо для успешного функционирования его хозяйственно-экономической деятельности, включая также и иные области, например, сакральные практики, коммуникативную сферу, другие осознанные и неосознанные знания, т. е. все то, что можно определить словосочетанием *тонкая материя*. При этом пространство традиционной культуры теснейшим образом связано со временем.

Категория времени в традиционной народной культуре столь же насыщена, как и в современном цивилизационном движении. Но между ними существует различие глобального характера. Время традиционной культуры было насыщено именно тем, что надо было успеть сделать своевременно и надлежащим образом. Время любой традиционной культуры не было заполнено ненужной суетой, ненужными делами, ненужными мыслями... Время же современной цивилизации уплотнено до катастрофического предела не только ненужными современному человеку делами, мыслями, чувствами, но и абсолютно ненужной информацией. По сравнению с традиционным пространством и временем, нынешние пространство и время породили парадокс. Пространство расширяется, а время сжимается, и в итоге человек *не успевает*.

Человек традиционной культуры, живущий в своем пространстве и времени, успевал все. В этих же естественных пространственно-временных рамках одновременно формировались пространство и время духовности. И возможно, эта неспешность традиционного уклада жизни каким-то образом влияла на генерацию морфологических и структурных связей, благодаря осознанному и неосознанному осмыслению которых человек и достигал выдающихся результатов.

Информативное поле традиционной культуры

Информативное поле традиционной культуры во много остается *terra incognita* для современного исследователя. Именно отсутствием подобного рода работ объясняется появление якобы новых технологий в сфере познания. Например, сейчас активно развивается логистика, которая преподносится как новое направление в сфере научной мысли. Однако если внимательней приглядеться к традиционной народной культуре, то уже в ней можно увидеть логистические очертания. Это касается как хозяйственно-экономической, так и других областей жизнедеятельности традиционного человека. Или другой пример. На Западе с момента зарождения в 1998 г. все большей популярностью пользуются так называемые быстрые или мини-свидания (*speed dating*). Суть их заключается в том, что в кафе или каком-нибудь другом заведении происходят встречи-знакомства молодых людей с целью найти свою вторую половину. Эти свидания длятся 3–7 минут. В классическом варианте каждая девушка общается не меньше чем с 10 молодыми людьми. Результаты общения варьируются от завязывания знакомства до нейтрального расставания. А между тем этот способ знакомства издавна присутствует и имеет разветвленную систему функционирования в восточнославянской традиционной культуре, не говоря уже об остальных. Молодые люди познакомились во время календарных праздников, семейных торжеств, игр и игрищ, кирмашей (ярмарок), престольных праздников, локальных деревенских празднований, съезжих праздников и др.

Если попытаться проникнуть в самую глубинную суть традиционной народной культуры, то в ней можно обнаружить, помимо вышеотмеченных явлений, множество других новаций, которые успешно могут реализовываться на современном этапе развития общества. Так или иначе, здесь действует закономерность преемственности жизнедеятельности человека и общества.

Традиционной народной культурой может считаться только та культура, которая, образно говоря, выдержала проверку временем. Расшифровывая и поясняя эту мысль, считаем необходимым отметить следующее. Традиционными являются те народные культуры, которые не только сохраняются, но и воспроизводятся (разумеется, с определенными и допустимыми изменениями), тем самым сохраняя и гарантируя стабильное и довольно долгосрочное функционирование определенного (конкретного) общества, а значит, и государства. Сказанное позволяет выдвинуть идею о наличии в традиционной народной культуре определенных (конкретных) механизмов и моделей, благодаря которым данная традиционная народная культура сохраняется, функционирует, развивается, тем самым влияя и определяя традиционный же облик (форму и содержание жизнедеятельности и жизнеобеспечения) традиционного общества и государ-

ства. И традиционная народная культура содержит и хранит те базовые структурные и морфологические компоненты, одинаково актуальные для сохранения и функционирования как традиционных, так и современных общественных и государственных устройств. К тому же эти базисные компоненты основываются на общих ментальных, философских, эмоционально-психологических и т. д. ценностях человеческого общества. В качестве наглядного примера обратимся к восточнославянской традиционной народной культуре. Ей присущи следующие три фундаментальные закономерности. Она базируется, во-первых, на продолжении рода; во-вторых, на стремлении к достатку и благополучию в семье (роде); в-третьих — на почитании предков. Именно эти три слагаемые и позволяют говорить о народной культуре как о традиционной. Все они присутствуют в календарной и семейной традиции, во всем комплексе традиционной народной культуры, включая его духовную и материальную составляющие [4].

Проблемы адаптации традиционной национальной культуры в жизни современного общества

На сегодняшний день основной причиной исчезновения многих элементов традиционной культуры можно назвать разрушение культурной преемственности поколений. В первую очередь данному процессу способствует тот факт, что вместо традиционных коммуникативных связей внутри определенного этноса, общины, рода или семьи функции инкультурации молодых поколений все чаще начинают выполнять средства массовой коммуникации. В свою очередь, это способствует формированию эклектического сознания, проецирующего «мозаичную» картину мира [2], в котором могут сосуществовать ранее взаимоисключающие друг друга компоненты культуры, представленные во фрагментарном виде и вырванном из своего фундаментального значения контексте. Данное положение подтверждают проведенные нами опросы, свидетельствующие о том, что в духовной жизни большинства современных россиян могут одновременно уживаться не только элементы языческой, христианской и советской обрядово-культурных систем, но и многие обрядовые заимствования у других народов [6]. Взамен локальных вариаций традиционной национальной культуры в сознание людей все больше вторгаются транснациональные сетевые архетипы, нередко отождествляемые в западных гуманитарных науках с мемами и мемокомплексами — искусственно созданными для манипуляций над массовым сознанием стереотипами восприятия тех или иных событий, происходящих в окружающем мире. Однако, несмотря на кажущуюся незащищенность нашего общества перед подобными глобальными информационными экспансиями, в современной культуре восточнославянского мира пока что сохраняются определенные

границы невосприимчивости чуждых культурных кодов, которые можно рассматривать в качестве ее своеобразной «иммунной системы». Причины этой невосприимчивости в первую очередь состоят в том, что в отличие от США или стран Западной Европы, в которых аутентичные формы традиционной культуры сошли на нет либо утратили свое влияние на развитие общества, в восточнославянском мире они еще продолжают играть заметную роль. В качестве характерного опыта саморефлексии западной цивилизации можно рассматривать работы Э. Тоффлера, в которых автор пишет о том, что современное общество, миновав аграрную и индустриальную ступени истории, находится на постиндустриальном этапе развития [7]. Данное утверждение вполне применимо для современной социально-экономической ситуации, сложившейся в США. За последние десятилетия государство вывело в другие страны (в первую очередь в Китай) значительную долю промышленного производства. Аграрная индустрия в Америке также оказалась сосредоточена в крупных транснациональных компаниях, деятельность которых существенным образом зависит как от импорта, так и от экспорта определенных компонентов производственного цикла. На этом фоне лидирующее место в экономике государства составляет сфера услуг, информационные и наукоемкие технологии, индустрия развлечений. Как видим, подобное инновационное развитие на первый взгляд не нуждается в «традиционном фундаменте». Современная американская экономика и массовая культура преимущественно создаются эмигрантами из разных стран мира, большинство из которых утратили связь со своими этническими традициями или осознанно от них отказались. Однако на сегодняшний день становятся все более явными нарастающие проблемы, связанные с необходимостью обеспечения стабильности и дальнейшего развития западного постиндустриального общества. Очевидно, что оно лишено экономической самодостаточности и не может развиваться без поглощения все больших объемов природных, промышленных и человеческих ресурсов, сосредоточенных в других государствах. Именно битвой за них можно объяснить череду международных конфликтов и «цветных революций», которые обрушиваются на многие страны мира. Сегодня для поддержания равновесия сложившейся постиндустриальной парадигмы социально-экономического развития западного мира требуется все больше подобных внешних ресурсов, емкость которых далеко не безгранична.

В отличие от Америки, такие страны, как Россия и Беларусь, на сегодняшний день продолжают одновременно жить в аграрном, индустриальном и постиндустриальном измерениях. Симметрично им в культурной жизни общества можно выделить специфические сообщества, репродуцирующие архаику, модерн и постмодерн. Мы глубоко убеждены, что данную ситуацию нужно рассматривать не

как следствие отсталости развития постсоветских государств перед западным миром, но в качестве уникального шанса для построения самодостаточной социально-экономической системы, способной противостоять многим глобальным вызовам современности.

На пространстве обитания восточнославянских народов сложился целый ряд цивилизационных ландшафтов, основанных на специфических принципах взаимодействия человека с окружающей природой, организации производства и социальной жизни [5]. Помимо попытки выделения определенных локальных цивилизационных комплексов, можно говорить об одном из наиболее общих объединяющих начал восточнославянского мира — *крестьянской цивилизации*. Именно ее следует рассматривать в качестве основополагающего начала не только для *заземления* национальной культуры, сохранения ее духовных корней, но и стабильности развития государства в целом. Приведем лишь один пример. На сегодняшний день жизнедеятельность большинства высокоурбанизированных районов США и Западной Европы полностью зависит от внешних факторов жизнеобеспечения, таких как импорт продуктов питания, воды и энергоресурсов. Поэтому, в случае стихийных бедствий, социальных катаклизмов или военной блокады население этих районов обречено на скорую гибель. В России, благодаря сохранившейся связи многих людей с землей, последствия подобных катастроф могут оказаться далеко не столь трагичными. Жители традиционной восточнославянской деревни и сегодня в состоянии обеспечить себя необходимым для полноценного выживания продовольствием при минимуме или даже полном отсутствии поставляемых извне компонентов, необходимых для поддержания жизнедеятельности. Для этого достаточно лишь сохранение базовых навыков традиционного хозяйствования, которыми владели наши предки. Обилие дач и приусадебных участков у городских жителей можно также рассматривать в качестве своеобразного резерва для продовольственной безопасности урбанизированной среды. Однако было бы ошибкой трактовать аграрную среду лишь в качестве своеобразного «кормящего ландшафта». Не менее важным представляется ее значение в роли своеобразного системообразующего фундамента, скрепляющего многие важнейшие духовные ценности нации. Как было отмечено ранее, основные функции традиционной культуры базируются на воспроизводстве таких фундаментальных ценностей, как продолжение рода, стремление к достатку и благополучию посредством совместной трудовой деятельности, почитание предков. Данные ценности все больше вступают в противоречие с цивилизационно-культурными кодами современного западного мира, связанными с исчерпанием значения традиционного института семьи, приоритетом «культы молодости» над почитанием предков, а мультикультурализма над национальными культурными традициями, формирова-

нием «толерантного» отношения ко многим социальным табу, присущим традиционной культуре и т. д. Если перечисленные выше явления превратились в своеобразные нормы жизни западного общества, то в восточнославянском мире можно наблюдать присутствие как «традиционных», так и «глобализационных» ценностных ориентаций. Нередко они приводят к мировоззренческим противоречиям, не только препятствующим гармоничному развитию отдельной личности, но и способствующим социальному неблагополучию больших групп населения. Из данной ситуации можно сделать следующий вывод. Конечно, в современных цивилизационных реалиях далеко не все элементы патриархального семейного уклада сохранили свою актуальность, однако сложившиеся издревле в традиционной народной культуре нравственные инварианты семейной жизни продолжают играть не меньшее жизненно важное значение, что и во времена наших далеких предков. Важно лишь вычленив их из контекста архаической культуры и донести заложенный в них смысл до современников.

Традиционная народная культура на протяжении многих столетий являлась уникальным регулятором нравственной жизни общества, который во многих случаях оказывался более эффективным, чем все вместе взятые современные законодательные и юридические практики. Неписанные законы народной этики не только четко регламентировали нравственные аспекты социального поведения людей, но и обладали колоссальным воспитательным потенциалом, передаваясь от поколения к поколению. Механизмы этической организации трудовой деятельности в сельской общине вполне могли бы найти свою адаптацию и в свете разработки национальной концепции корпоративной этики. Сегодня руководство крупных российских корпораций нередко стоит перед выбором «американских», «немецких» или «японских» моделей управления персоналом, несмотря на то что в восточнославянской традиционной культуре накоплено уникальное наследие нравственной организации трудовых отношений.

На сегодняшний день многие проявления традиционной культуры (праздники, обряды, фольклор, ремесла) оказываются все более вытесненными из своего оригинального смыслового и функционального контекста. Взамен него мы все чаще можем наблюдать своеобразные бодрийеровские симулякры феноменов традиционной культуры, сводимых к их поверхностным, эстетизированным репрезентациям. Как отмечает В.В. Служивцев, *«эпоха анти-традиции, когда храмы взрывали, сменилась эпохой контр-традиции, когда их превращают в декорацию для очередного шоу, и большую опасность приобретает не прямое отрицание традиции, а ее подделка»* [3, с. 80]. Автор задается вопросом, возможно ли противостояние данным процессам в современном мире? В качестве попытки ответа на него он отмечает: *«Если естественный ход передачи тра-*

диции нарушен, необходимо ее осознанное восстановление, то есть осознанное переживание тех смысловых глубин и духовных ценностей, которые лежат в основе традиционного искусства» [3, с. 82]. Мы можем лишь согласиться с этими мыслями, считая, что основополагающей задачей современной отечественной этнографии является необходимость собрать по крупицам реликты традиционной культуры, реконструировать ее целостные функциональные комплексы, приблизиться к пониманию их смысла и попытаться донести его до современников. Популяризация результатов этнографических исследований, безусловно, обладает значительными возможностями для возрождения в массовом сознании смысла многих феноменов традиционной культуры, духовно-нравственный потенциал которых может быть адаптирован для решения актуальных проблем и вызовов современности.

Библиографический список

1. Евангелие от Луки. 15:11-32.
2. Моль, А. Социодинамика культуры [Текст] / А. Моль. — Москва : Прогресс, 1973. — 406 с.
3. Служивцев, В. В. Традиционное искусство в современной культуре [Текст] / В.В. Служивцев // Искусство в современном мире : материалы I науч.-практ. конф. Посвящена 70-летнему юбилею Г.С. Райшева и 75-й годовщине со дня образования Ханты-Мансийского автономного округа — Югры (7 дек. 2004 г.) ; под. ред. Л. Г. Лазаревой. — Ханты-Мансийск : Полиграфист, 2005. — С. 79–82.
4. Традиционная культура белорусов во времени и пространстве. — Минск : Беларуская навука, 2013. — 579 с.
5. Федоров, Р. Ю. Региональные цивилизационные ландшафты : введение в понятие и опыт реконструкции [Текст] / Р. Ю. Федоров // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2012. — № 5. — Ч. 2. — С. 193–200.
6. Федоров, Р. Ю. Обрядово-культовые системы восточных славян: генезис и современное состояние [Текст] / Р. Ю. Федоров, А. Н. Фишер // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2013. — №7 (33). — Ч. 2. — С. 170–176.
7. Toffler, A. A Third Wave / A. A. Toffler. — N.Y., 1980. — 544 p.

Дубровина А.В.

Dubrovina Alena

МОДА И БЛАГО

FASHION AND GOOD

В статье исследуется когерентность моды и блага. Показана проблема власти модных предпочтений в современной жизни. Рассматривается феномен моды на примере костюма с позиций традиционных философских категорий и актуальных ценностей.

Ключевые слова: *мода, костюм, благо, постмодернизм, ценности.*

This article investigates the coherence of fashion and good. Illustrates the problem of power fashion preferences of modern life. The phenomenon of fashion, costume for example, from the attitude of traditional philosophical categories, and actuality values.

Keywords: *fashion, costume, good, postmodernism values.*

«— Теперь смотри, друг, готов ли ты разделить мой взгляд. Я думаю, мы сделаем шаг вперед в нашем исследовании, если начнем вот с чего. Как, по-твоему, свойственно философу пристрастие к так называемым удовольствиям, например к питью или еде?

— Ни в коем случае, о Сократ, — отвечал Силий.

— А к любовным наслаждениям?

— И того меньше!

— А к остальным удовольствиям из числа тех, что относятся к уходу за телом? Как тебе кажется, много они значат для такого человека? Например, щегольские сандалии, или плащ или другие наряды, украшающие тело, ценит ли он подобные вещи или не ставит ни во что, разумеется, кроме самых необходимых? Как тебе кажется?

— Мне кажется, ни во что не ставит. По крайней мере, если он настоящий философ».

Платон «Федон»

Не имея представления о моде, древние философы считали, что удовольствия от наружного покрова мешают духовному восприятию сущности явления, пониманию истины. Современная наука придает значение внешней выразительности человека, обращается к изучению поверхностных явлений, обнаруживающих выражение глубинных антропологических субстанций.

Мода, как принято считать, относится к легкомысленному занятию, внешнему подражательству, не имеющему серьезной основы

для глубокого исследования. Но, в эпоху потребления она имеет все большую власть в общественных и личных отношениях, ее ругают, доверяются ей, страдают из-за нереализованных идей, пользуются во благо личности, осуждают за вред. Современный мир невозможно представить без моды, ее бесконечных изменений, в которые вовлечен каждый участник общества. Она находит выражение во всех сферах жизни, в частности, в костюме, несущем имманентные ей черты: временность, новизну, игру, демонстративность, универсальность. Костюм, пережив традиционную эпоху, обратился к моде как феномену, свойственному техногенной цивилизации, переживая в настоящее время ее постмодернистский период.

Мода — социокультурное явление, атрибут современной жизни, проявляющийся наиболее явно посредством костюма. Костюм — это система определенным образом подобранных предметов одежды, обусловленная предназначением. Он является очевидным благом для человека, в окружающей среде скрывает наготу, является информативным знаком. В традиционном костюме нет негативных проявлений, он приносит пользу, служит защитой для человека в природе и в обществе. Благо костюма не дается даром как природа, воздух. Костюм — это знак культуры, производимый человеком в материальном качестве — одежды, и духовном — эстетическом образе, коммуникативном знаке. Эмоции, впечатления от модного костюма, в основном — бесплатное удовольствие, но в рыночных отношениях — являются товаром, обмененным на деньги, тем самым они тиражируются и теряют свою особенность. Все сферы нашей жизни попали в мир товаров, и необходимо признать, что они оказались в среде моды, где традиционные ценности решительно ликвидируются. Мода смешивает труд и досуг и меняет их своими знаками, увлечение модой выдается за труд, а производство предметов быта — за малозначимое занятие. «Под властью товара культура продается и покупается — под властью моды все культуры смешиваются в кучу в тотальной игре симулякров» [1].

Благо определяется как добро, позитивная польза, объекты человеческих стремлений, потребности, счастье, совершенство. «Благо не существует вне вещей. Как бы ни были различны вещи, которые именуют благами, они имеют положительное значение в жизни людей и полезны в удовлетворении и развитии потребностей» [5, с. 7]. Является ли модное качество позитивной пользой и модный костюм — благом, или такой костюм бесполезен?

Мода имеет потребителя, и общество все больше нуждается в производстве моды, многое зависит в повседневной жизни социума и человека от ее внешних проявлений. Модный костюм — неотъемлемый предмет человеческого бытия. Аналитикой индустрии моды занимаются экономисты, социологи, культурологи, политики, историки, психологи, искусствоведы. Философ эпохи французского

постмодернизма Жан Бодрийяр, говоря о сферах существования моды, разделяет ее знаки на «легкие» и «тяжелые». К первым он относит одежду, тело, бытовые вещи; ко вторым — политику, мораль, экономику, науку, культуру и красоту. Соответственно размещая их в порядке убывания модели симуляции структурной игры со смыслом, которой одержима мода. «Ведь мода может пониматься как самый поверхностный и самый глубинный из социальных механизмов — через нее код властно сообщает всем другим областям свою инвестицию» [1].

Мода имеет двойственную природу: с одной стороны она интегрирует группы, определяет нормы, а с другой дифференцирует, выделяет индивидуальные качества личности [3]. Универсальная мода — есть массовое явление, его позитивная польза — в регулировании общественных отношений [2], маркировании принадлежности к определенной социальной группе, в символической демонстрации ценностей, благ, нравственных норм и правил. Мода удовлетворяет потребность человека определенной группы в подражании подобным, как своего рода защита от «чужих». Немодный костюм может быть не благом, поскольку производит неблагоприятное впечатление на окружающих, и общество относится к человеку как к чужаку. Массовая мода для индивидуальности также не является благом, противопоказана для выражения личных качеств.

Для феномена «подражания» необходим феномен «изобретателя» [6], к последнему мы отнесем моду, которая рождается на подиуме, инновационную. Концептуальный, авторский модный костюм предстает как индивидуальное заявление человека, имеет свойства произведения современного искусства, является диковинкой, особенным, исключительным, является благом для отдельной личности создателя, а для общества не всегда оказывается позитивным значением. Концептуальный костюм может стать массовым, универсальным, если выражает ценности большего количества людей. Декларации исключительной позиции не всегда несут позитивную пользу для обладателя, но помогают выявлять социальные болевые точки, что относится к благу. Часто в современном модном концептуальном костюме благо понимается как аскетизм или ригоризм, в противоположность массовому гедонизму [5, с. 13].

По мере развития культуры костюм теряет традиционные, утраченные смысл блага, (в частности демонстрация сословного и классового неравенства), и приобретает новые [4]. Мода рождается как новизна, а вследствие ее распространения и потребления, становится общественным благом, или не благом в отношении какой-либо группы общества (например, материальная недоступность, непонимание, эстетическое неприятие). Изменение ценностей общества и трансляция их с помощью модного костюма диктует новые нормы: важнее перцепция времени, чем чувство пространства [6]; демонст-

рация современного образа жизни, чем привилегированное положение; соответствие эфемерным потребностям общества, чем следование традициям.

Сравним традиционный и модный костюм с точки зрения ценности — понятия, обозначающего положительную значимость для человека.

Традиционный костюм: добротная одежда, крепкая, надежная, теплая, полезная, долговечная. Костюм стремится к коммуникации, понятным значениям естественных знаков, функциональных, конвенциональных, иконических, индексов. Доставляет эстетическое удовольствие от образа, как правило, уже виденного, известного «мема». Формально во времени не изменяется. Эмоционально предсказуем.

Модный костюм: эфемерен, служит короткое определенное время, для каждого потребителя является местом особой напряженности, дорого в нем считается не то, что добротно или прекрасно, а то, что необычно, то, что есть у одного или немногих. Труднодоступность ценится больше, чем совершенство. Модный костюм не несет однозначной референции, он не является элементом коммуникации, не имеет ничего общего с традиционными значениями знаков, вовлекает в игру притворной сигнификации. Разыгрывает, изображает коммуникацию. Не обладает ни красотой, ни безобразием, сам себе совершенство. Модный костюм служит демонстрацией бессознательного желания нарциссизма, он — само желание.

Модный костюм формально бесполезен, и в тоже время, весьма закономерно соотносится с традиционными знаками, поэтому происходит его заразительность и приносимое им удовольствие. Основательно утвердившийся принцип экономической пользы диктует требование функциональности костюма, и все, что выходит за его рамки, заслуживает определения игры, притворства и бесполезности. Но и за пределами экономики существует еще позитивная польза ценности инновации, и здесь реальное поле действия сегодня — территория моды. Где есть модный костюм, утверждается и закон ценности моды, осуществляется опровержение традиционных знаков и опровержение самих знаков.

В этом магическая сила ответов моды на вопросы повседневности, базирующихся на произвольности удовольствия от себя самой. Благодать для предпочтенных адептов, коллективная солидарность группы, объединенной разделительной знаковой силой. Происходит радикальное расхождение моды с экономикой, при их неразрывной связи. Мода создает или имитирует радость, притворяется праздником, противоположностью рациональности рынка и абстрактности производства, которые обеспечивают ее категориальный переворот.


Мода не истинна, может быть неадекватна, нелепа, абсурдна, нарушает правила, может быть вредной. В ней самой заложена ее

предполагаемая, намеренно желанная смерть. Мода может быть непреднамеренным заблуждением или преднамеренной ложью: творит мифы о красоте, о сезонных новинках, симулирует изменения. Мода аморальна, развращает нравы, она пренебрегает ценностями, такими как, добро и зло, прекрасное и безобразное, рациональное и иррациональное [1]. Они для нее безразличны, не имеют значения, или она находится выше этих критериев и сама является сообщением себя, диктует собственные позиции, трансцендентные реальности. От суждений моды невозможно уйти, немодный костюм может стать модным в своей отрешенности от моды.

Массовая мода отделена от субъекта, значит, объективна и не зависит от человека. Но каждый старается использовать ее во благо, соответственно, она и субъективна в качестве отдельного образа модного костюма.

Массовая мода абсолютна — однозначна, всеобща, безусловна, ни с чем не связана, несравнима с другой модой, поскольку имеет только собственную точку отсчета, единственную эфемерную систему координат. Концептуальный костюм — относителен, может рассматриваться с различных позиций. Мода предлагает собственную эстетику безосновательности и легковесности — возобновления смерти и возрождения уже виденного. Эффектные изобретения, уйдя в прошлое, воскресают еще и еще раз, доставляя удовольствие от фантомно-циклического, безвредного круговорота модных форм. «Но мода тоже никогда не современна — она играет на повторяемости однажды умерших форм, сохраняя их в виде знаков в некоем вневременном заповеднике. Мода из года в год с величайшей комбинаторной свободой фабрикует “уже бывшее”» [1]. Дизайн составляет из существующих заготовок времени обновленный образец. Эффекты моды проецируются на любые материалы. Мода, существующая в политике, технике, науке, искусстве, культуре приемлема для каждой из систем в определенной степени непостоянства элементов аналитических моделей, где в основе ничего не меняется. Так же и в самой моде, существующий закон упорядоченности перемен переживается как высшая ценность структуры, не уступающая традиционным кодам. Мода — это особый код современной эпохи, само производство смысла.

Подводя итог исследованию, заключим, что *мода не является благом* в отношении к традициям. И *мода является благом*, удовлетворяющим современные позитивные потребности, занимающие все более важные сферы в устройстве общества. Современность перекраивает позиции базиса и надстройки: не производственные отношения диктуют культуру бытия, а наоборот, внешние явления, поверхностная мода задает правила для промышленности и производственных связей. Основы изменений, существующие в явлении моды, интересны для изучения современной жизни человека и мира.



Библиографический список

1. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Jean Baudrillard. L'Echange Symbolique et la Mort. — Gallimard, 1976 // пер. на рус. яз. и вст. ст. С. Н. Зенкин. — Москва, 2000. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — Режим доступа : URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3484/3489>
2. Гофман, А. Б. Мода и люди : новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. — 2-е изд. — Москва : Издательский сервис ; Изд-во «ГНОМ и Д», 2000. — 232 с.
3. Зиммель, Г. Избранное / Г. Зиммель. — Москва: Юрист, 1996. — Том 2. Созерцание жизни. Мода. — С. 266–291.
4. Липовецкий, Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе / Ж. Липовецкий ; пер. с фр. Ю. Розенберг, под науч. и лит. ред. А. Маркова. — Москва : Новое лит. обозрение, 2012. — 336 с. : ил.
5. Селиванов, Ф. А. Благо, истина, связь / Ф. А. Селиванов. — Тюмень : РИЦ ТГАКИ, 2008. — 260 с.
6. Тард, Г. Законы подражания / Г. Тард // пер. с фр. — Санкт-Петербург : Ф. Павленков, 1892 ; Переиздание: Тард, Г. Законы подражания / Г. Тард // пер. с фр. Ф. Павленков. — Москва : Академический проект, 2011.

Захарова Л.Н.

Zaharova L.N.

ЦИКЛИЧНОСТЬ В ИСКУССТВЕ

CYCLICITY IN THE ART

В статье анализируется проблема цикличности в искусстве. Многие авторы замечали явление, когда элементы искусства повторяются в его динамике. Например, массовость и элитарность, синтетичность и дифференцированность, изобразительность и выразительность и др. Объяснение, как правило, находилось во внешних обстоятельствах, воздействующих на искусство. В статье искусство рассматривается в контексте теории синергетики как саморазвивающаяся система.

Ключевые слова: *цикличность. Повторяемость, массовое искусство, цивилизационный цикл, саморазвитие.*

In the 20th century the concepts of development in cycles came back, tending to consider culture as a self-developing system, based upon “latent order” within it. This “latent order” means that system has constant conditions and elements which are periodically returned. Considering art as a self-developing system, such elements has either mass, or elite orientation; either synthesis, or differentiation; either statics, or dynamics, etc. One must answer the following question: “Is there any connection or dependence between civilizational, artistic, social and cultural cycles — and how they do depend on each other?”

Key words: *cycles, self-developing system, latent order, mass art, elite orientation, synthesis art, civilizational cycles.*

Питирим Александрович Сорокин, великий русский ученый XX века, остроумно заметил, что «история подобна писателю, который без усталости пишет все новые и новые драмы, трагедии и комедии, с новыми типами и героями, новыми сюжетами и действием, но... все на старые темы, которые не раз повторялись в трудах этого неутомимого автора. Подобна своему исписавшемуся автору, история вопреки своему творческому потенциалу вынуждена повторяться» [1, с. 450].

Сорокин П.А. заметил цикличность культуры, в первую очередь как чередование многовековых циклов — от чувственной культуры через идеалистическую — к идеационной, и затем снова — к чув-

ственной. Автор утверждал, что цикличность, повторяемость свойственна как природе, так и социальной жизни, культуре.

Цикличность наблюдается и в динамике отдельных элементов культуры, в частности, искусства. Это подметил, например, литературовед и искусствовед конца XIX — начала XX века В.М. Фриче. Автор в качестве повторяющихся состояний в системе искусства выделяет дифференцированные и синтетические виды искусства, стили архитектуры (конструктивный и деструктивный), способы живописи (линейный и красочный), стили в живописи и скульптуре (символический и реалистический). Чередуются также, по мнению автора, преобладание движения и статики в произведениях искусства [2, с. 93].

Аналогичные процессы подмечены и современным ученым Н.А. Хреновым: «На наш взгляд, эпоха оттепели с присущей ей дифференциацией аудитории — повторение процессов индивидуализации культуры, происходивших в Серебряном веке. Мы приходим к обоснованию того, что в истории XX в. имел место механизм цикличности». Автор пишет о том, что в истории культуры XX в. можно выявить три ситуации, в которых воспроизводились одни и те же механизмы. Речь идет о стихии массовости и сопровождающей эту стихию массовой культуре. «Первая заметная вспышка такой массовости на рубеже XIX–XX вв. становится предметом теоретической рефлексии... Следующая вспышка массовости имеет место в середине XX в., что в литературе получило обозначение оттепели.

Наконец, кризис и распад в последнем десятилетии XX в. тоталитарной государственности, как и начавшиеся процессы демократизации, стимулировали новую вспышку массовости и соответственно новый виток эскалации массовой культуры, вытесняющей на периферию элитарные слои культуры» [3, с. 286].

Цикличность присуща и музыкальному искусству. С. Слонимский пишет о Серебряном веке: «В сфере музыкального творчества ярко проявилось возрождение универсальной ладовой и ритмической Галактики античной музыки, обогащенной всем, что дали два последующих тысячелетия в сфере музыкальной речи, жанров и форм нашего искусства. На новой основе возрождается контрастное единство трех родов музыки — диатонического, хроматического и энгармонического (нетемперированного). Автор считает, что Серебряный век явился началом русского Ренессанса — нового, всемирно значимого возрождения античной культуры, универсального воздействия искусства в союзе с наукой и философией на этическое воспитание и сознание, на всю общественную жизнь России. Предреволюционное десятилетие — не «самое позорное», а самое славное, самое этически и эстетически светлое, пророческое и могучее в истории русской культуры, русской философии, русского искусства, в том числе и русской музыки!» [4, с. 131–32].

Открытым остается вопрос о постоянных элементах системы искусства, которые повторяются, воспроизводятся в его циклах. На наш взгляд, это могут быть такие повторяющиеся явления.

Массовость или элитарность искусства. XX век, начиная примерно с середины, является периодом преобладания массового искусства. Это не значит, что явление, подмеченное Ортега-и-Гассетом и другими выдающимися культурологами, не существовало раньше, но оно было не всеобщим. Еще Гете писал, что техника в сочетании с пошлостью — самый страшный враг искусства. Захват массовостью искусства происходил постепенно. Прежде всего, она захватила литературу — В.Г. Белинский писал о том, что на одного человека, рассуждающего о недостатках второй части Фауста, приходится десяток тех, кто обожает бульварные дешевые романы. Бульварное чтение возникло и расцвело постепенно. Позже явление пришло на эстраду, в прикладное искусство. И особенно массовость обозначила себя с появлением кинематографа, телевидения. Иногда здесь происходит искажение литературной классики в угоду массовому вкусу, сведение биографии великих людей к пикантным подробностям их личной жизни, увлечение мистикой и ужасами, появляется мода на безобразное. Искусство все больше создается для массы. Чем больше оно развлекает, стимулирует усталые нервы и возбуждает, тем пользуется большим потребительским спросом. Этому периоду предшествовало время, когда в искусстве преобладала элитарность. А. Блок зафиксировал закат культуры Ренессанса, завершение культуры индивидуализма, когда в «оркестре мировой истории» все больше начинает ощущаться голос массы. В оценке этого факта поэт усматривает повторение заката античности в истории. В каждый период элитарность искусства и его массовость проявляются по-разному, в новых условиях.

Еще одна черта в системе искусства, циклически повторяющаяся — *это характер отношения художника к реальности* (уход от нее в собственное восприятие, стремление к «чистому искусству» или преобладание мимезиса — желания полнее отобразить реальность). Художник и реальность — единое целое, без которого не бывает искусства.

М.Ю. Лотман отмечал, что искусство (по аналогии с языком) как саморазвивающаяся система включает и человека, и среду вокруг него: «Искусство — самая сложная машина, которую когда-нибудь создавал человек. Хотите — называйте его машиной, хотите — организмом, жизнью, но все равно это нечто саморазвивающееся. И мы находимся внутри этого развивающегося... Минимальной единицей для появления новых смыслов являются три проявления: Я, другой человек и семиотическая среда вокруг нас (нечто вроде Троицы!)» [5, с. 12].

Процесс смыслообразования у каждого художника происходит по-разному. Есть И. Репин и есть В. Кандинский. Есть А. Блок и

А. Твардовский — отношение к реальности у них различное. Художников иногда ругают за то, что не правдиво пишут, не полно отражают действительность. Но это и не является задачей искусства, которое оценивается понятиями о прекрасном, безобразном, смешным, трогательным и другими эстетическими ценностями.

Преобладание синтетических видов искусства или дифференцированных. В истории искусства повторяются два типа искусства — когда все роды искусства представляют одно целое или когда это целое распадается. Примером цельности или синтетичности искусства могут служить средневековые соборы или средневековый карнавал, которые сочетали в себе различные виды искусства. В соборе — это сочетание архитектуры, живописи, скульптуры, в карнавале — театра, музыки, танца. Искусство синтетическое поражает своим масштабом, монументальностью. В Древнем Египте, архаической Греции, в романском Средневековье искусство носит монументально-синтетический характер. Есть периоды, когда искусство тяготеет к дифференцированным видам — музыке, литературе, театру. Век двадцатый — это преобладание синтетических видов искусства, таких как кино, которое наложило отпечаток своим языком, принципами монтажа на другие виды искусства.

Статика или динамика в произведениях искусства. В.М. Фриче выделяет несколько этапов в развитии искусства, когда динамика в искусстве становится актуальной. Это классическая и эллинистическая Греция, это Флоренция XV в., европейские общества конца XIX — начала двадцатого века, когда, как он пишет, в обществе преобладали буржуазные основы. Двадцатый век открылся футуризмом, который вообще рассматривал жизнь как движение.

Импрессионисты ставили своей задачей передавать мир в движении — фанатиками движения были Э. Дега, специализировавшийся на изображении скачек и балета, а также В. Ван Гог. Если импрессионисты ставили своей задачей передавать мир в движении, то футуристы задавались целью выразить само движение. Жиль Делез рассматривает кино как вид искусства, создающий новый вид движения.

Чередование изобразительных и выразительных видов искусства. Конечно, деление это условно. Речь идет о преобладании одного из этих качеств. В конце XX в. налицо преобладание изобразительных видов искусства, связанных с визуальной культурой. Преобладающими видами в искусстве становятся кино, телевидение (хотя вопрос, является ли оно искусством) и другие визуальные виды культуры и искусства.

Чем объясняется цикличность в искусстве? Многие авторы объясняют это явление воздействием внешних обстоятельств. Например, В.М. Фриче напрямую связывал повторные циклы в искусстве воздействием экономики. Повторяющиеся явления, по мнению автора, существуют в искусстве и зависят от явлений «буржуазности»

на разных этапах развития общества. Пронаблюдая повторяющиеся в истории искусства состояния, автор пришел к выводу о том, существует некий закон, согласно которому расцвет искусства в той или иной стране находится в зависимости от ее экономической мощи. Упадок искусства наступал всегда, когда страна теряла свою экономически первенствующую позицию, и гегемоном в области искусства становилась другая страна. В. М. Фриче писал, что этот закон, несмотря на отклонения, «остается незыблемо в силе».

Тот же автор объяснял, например, существование двух типов живописи — линейного и красочного — так: «Не индивидуальная predisposition отдельных художников и не географически-климатическая среда предопределяет «...» господство в живописи линии или краски, а психология класса — в данном случае буржуазного. Художник восходящего, борющегося, производственного класса — рационалист — передает свои ощущения от мира с помощью линий, художник господствующего, производственно-пассивного, гедонистически настроенного класса воспроизводит мир эмоционально посредством красок» [2, с. 8].

Другие авторы также подмечали повторяемость в развитии искусства и объясняли это явление такими факторами, как климат, раса, состояние умов и нравов общества. В настоящее время часто можно обвиняют «рыночные отношения» в дурном воздействии на искусство.

Отмечая постоянные, повторяющиеся черты в различных проявлениях искусства, невозможно объяснить это явление лишь влиянием внешней среды, в частности экономического или другого уклада, на систему искусства. Невозможно также объяснить его, исходя только из внутренних импульсов развития искусства. «История культуры любого народа может рассматриваться с двух точек зрения: во-первых, как имманентное развитие, во-вторых, как результат разнообразных внешних влияний. Оба эти процесса тесно переплетены, и отделить их возможно только в порядке исследовательской абстракции. Из сказанного, между прочим, вытекает, что любое изолированное рассмотрение, как имманентного движения, так и влияний неизбежно ведет к искажению картины. Сложность, однако, не в этом, а в том, что любое пересечение систем резко увеличивает непредсказуемость дальнейшего движения», — писал Ю. Лотман [5, с. 404].

П.А. Сорокин называл неверной такую «экстерналистскую теорию, которая усматривает основания («причины», «факторы» или «движущие силы») изменения любой социокультурной системы в некоторых переменных», находящихся за пределами самой системы» [1, с. 798].

Можно предположить или высказать гипотезу о том, что повторяющиеся состояния искусства, его видов свидетельствуют о том, что искусство — саморазвивающаяся система, циклично воспроиз-

водящая свои устойчивые элементы. В контексте теории синергетики «этот скрытый порядок является структурой правил, генерирующих поведение; это чередование образцов поведения; это постоянная степень нерегулярности конкретного типа поведения. Скрытый порядок... позволяет нам искусственно воспроизвести индивидуальные образцы или события, свойственные специфической категории в каком-то приближении, но никогда они не будут подобны тому, что будет происходить в реальной действительности. Так что мы можем определить закон, по которому растут листья на деревьях, мы можем создать искусственный образец, который будет иметь четко выраженные качества листьев березы, но каждый из которых будет иметь индивидуальные различия» [6, с. 123]. Циклы в искусстве не являются идентичными, они имеют общую направленность, тенденцию, каждый раз тенденция по-разному является. Массовая литература, которая была отмечена В. Белинским, похожа и не похожа на проявление массовости в искусстве в настоящее время.


В самоорганизующихся системах выделяют два этапа. На первом система сохраняет внутреннее равновесие, качественное состояние ее не меняется, но постепенно система теряет устойчивость, либо под влиянием внешней среды, либо из-за нарастания внутренних противоречий. Наступает переход в качественно иное состояние. Из множества флуктуаций, которые происходят в период неустойчивости, остается одна, и начинается новый этап развития, как правило, отличающийся от предыдущего. Так преобладающее массовое искусство сменяется элитарным, и наоборот. Порой смена парадигм искусства бывает непредсказуема. Теория синергетики позволила объяснить те явления, которые раньше объяснялись односторонне — в основном за счет внешнего воздействия.

Но существует еще несколько вопросов. Как внешние условия, в частности, цивилизационный цикл, соотносится с циклом искусства? Ведь обнаружить логику развития искусства только в рамках художественного цикла невозможно, т.к. искусство всегда было связано с образованием смыслов культуры и эпохи в целом. Относительно этого есть различные точки зрения. Одна из них, согласно которой искусство — независимая система и не испытывает значительного влияния со стороны других структур общества.

Другая, которая преобладает в настоящее время, — о корреляционной зависимости циклов искусства и общецивилизационных циклов, культуры в целом. Это можно проследить в работах О.А. Кривцуна, Н.А. Хренова, А.С. Ахизера, М.С. Кагана. Начало такого рассмотрения положил П.А. Сорокин. Он, намечая три цикла культуры, анализирует искусство как соответствующее каждому циклу. Искусство Средневековья по своей тематике было религиозным, по стилю — формальным и символическим. Искусство Нового времени — реалистично, чувственно, визуально. В контексте теории со-

циокультурной динамики можно понять соотношение художественной и социальной реальности.

Еще один аспект рассмотрения этой проблемы — попытки регулировать искусство со стороны власти, отдельных сильных личностей. Необходимо учитывать соотношение искусства как саморазвивающейся системы и управленческих усилий по отношению к этой системе. При подавлении художественных «флуктуаций», индивидуальных проявлений свободной воли художника внутри системы искусства происходит накопление нереализованных идей и их воплощения, система затормаживается в собственном развитии до тех пор, пока потенциалы искусства не будут реализованы естественным путем. Управленческие решения должны приниматься с учетом самодвижения, саморазвития искусства как системы, с учетом того, что художественные формы не исчезают, пока не исчерпают себя, пока цикл не замкнется с наступлением новой фазы.



Библиографический список

1. Сорокин, П. А. Социальная и культурная динамика [Текст] / П. А. Сорокин ; пер. с англ., вст. ст. и коммент. В. В. Сапова. — Москва : Астрель, 2006. — 1176 с. ; ил., 24 с. ил.
2. Фриче, В. М. Социология искусства [Текст] / В. М. Фриче. — Москва, 2003. — 93 с.
3. Хренов, Н. А. Социальная психология искусства : переходная эпоха [Текст] / Н. А. Хренов. — Москва, 2005. — 431 с.
4. Слонимский, С. Свободный диссонанс. Очерки о русской музыке [Текст] / С. Слонимский. — Санкт-Петербург : Композитор, 2004. — 144 с., ил.
5. Лотман, Ю. М. Об искусстве [Текст] / Ю. М. Лотман. — Санкт-Петербург, 2005. — 404 с.
6. Мельник, В. В. Очерки концепции социокультурной бифуркации [Текст] / В. В. Мельник. — Тюмень, 2001. — 203 с.

Серяков А.В.

Seryakov A.V.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО АВАНГАРДИЗМА

FEATURES A MODERN AVANT-GARDE

В статье анализируется авангардизм как феномен искусства, периодически возникающем в его развитии. Понятия авангард и авангардизм не совпадают, авангард определяется как искусство первой половины XX века, авангардизм как тенденция, компонент культуры, выходящий на передний план, ориентированный на новаторство. Исследуются такие виды современного искусства как художественные акции, инсталляция, коллаж, боди-арт, стрит-арт (флеш-моб). Делается прогноз будущей формы авангардизма.

Ключевые слова: *авангард, авангардизм, современное искусство, визуальный, идеациональный, художественные акции, телесность.*

The article examines the avant-garde as a phenomenon of art, intermittent in its development. The concept of the avant-garde and avant-garde do not match, the avant-garde is defined as the art of the first half of the twentieth century, the avant-garde as the trend component of culture, coming to the foreground, focused on innovation. Explores such types of contemporary art as art events, installations, collage, body art, street art (flash mob). The forecast of the future form of the avant-garde.

Keywords: *avant-garde, avant-garde, contemporary art, visual, ideationally, art events, physicality.*

Существующие работы об авангардизме обычно ограничиваются анализом искусства начала XX века. В данном исследовании делается акцент на авангардизме как феномене искусства, (ориентированного на новаторство, приоритет), периодически возникающем в его развитии. Чаще всего в философской литературе понятия авангард и авангардизм рассматривают как синонимы, мы разводим эти понятия, авангард мы определяем как искусство первой половины XX века, авангардизм как тенденцию, выходящую на передний план, становиться актуальным, ориентироваться на новаторство. Эти два понятия имеют общие черты, но авангардизм характеризует не отдельное локальное направление или стиль, а тенденцию, закономерность развития искусства в период преобладания, актуализации того или иного вида искусства, направления.

Авангардизму как феномену искусства свойственна цикличность. Циклическая концепция хорошо показана в работах П.А. Сорокина. Циклический характер авангардизма выражается в повторяемости и выходом на передний план того или иного вида искусства в различные периоды развития культуры. Повторяемость и приоритет того или иного вида искусства в каждой эпохе подметил М.Н. Щербинин. Например, в Древней Греции преобладала архитектура; в эпоху Возрождения — живопись; в начале XX века и примерно до его середины живопись вновь выходит на передний план, выразившись в художественном авангарде [10, с. 110]. Циклическая концепция помогает понять природу современного авангардизма. Данная теория выявляет закономерность повторяемости на определенных этапах развития культуры периодов, которые представлены, согласно П.А. Сорокину, как стили или типы культуры: идеациональный, идеалистический, визуальный. Исходя из циклической концепции, авангардизм уже неоднократно возникал на различных этапах развития культуры, в период упадка визуализма и зарождением идеационализма. Эти периоды можно обозначить как переходы: от крито-микенской культуры к архаической греческой (IX–VI вв. до н. э.), от римско-эллинистической к христианской (I–VI вв.), а также период конца XIX — начало XX века [8, с. 145–146].

Период конца XIX — начала XX века, связан с переходом от визуализма к идеационализму и возникновением художественного авангарда, как одного из выражений авангардизма. Появляются такие направления как фовизм, кубизм, экспрессионизм, супрематизм и т.д. Но художественный авангард начала XX века обладал чертами, которые отличались от подобных переходных периодов. Этим периодам в большей степени был характерен орнамент, символ, а также религиозные, мифологические изображения, которые с помощью видимых знаков отражали сверхэмпирические, трансцендентные ценности. Подобные примеры свидетельствуют о том, что, во-первых, авангард неоднократно повторялся в переломные, переходные периоды, когда визуальная форма культуры сменялась на идеациональную. Во-вторых, авангард является одним из выражений авангардизма. В-третьих, авангардизм есть тенденция, быть первым, актуальным, ориентироваться на новаторство. Авангардизм существует в культуре всегда, как приоритетное, актуальное направление, стиль и т.д. Но в каждый период времени авангардизм выражает себя в разных видах искусства.

Временные границы художественного авангарда мы определяем, как период: начало XX века — 1960–1970 гг., то есть, от появления фовизма до концептуализма, как одного из последнего крупного выражения авангарда. Художественному авангарду характерен пафос эпатажности, новизны, разрыв с предшествующей традицией создания художественного образа, антагонизм и т.д. Со-

временное искусство постмодернизма более демократично, его черты отличаются от авангарда начала XX века. Как отмечает современный немецкий теоретик современного искусства Томас Дрейер: «Начиная с 70–80 гг. XX века господство и приоритет теории и практики авангарда постепенно нивелируется, открывая путь альтернативным художественным течениям. Следствием подобного плюрализма становится отказ от критического восприятия всевозможных путей развития искусства, свобода выражения и манифестация различия» [5, с. 35]. Рассмотрим некоторые формы современного искусства. Одной из них являются художественные акции (акционизм), которые начинались еще в первой четверти XX века. К середине столетия они достигают своей концептуальной завершенности, и становятся театрализованным действием. Данное искусство в нашем понимании является авангардизмом, так как отражает современное, приоритетное направление. «Под акционизмом, — отмечает М.Г. Чистякова, — подразумеваются различные формы художественного активизма, основанные на идее процессуальности, предполагающей смещение акцента с результата творчества на собственно процесс создания художественного произведения» [9, с. 34]. Если искусство начала XX века, в отличие от современного искусства, в большей степени стремилось к постижению бессознательной сферы бытия, путем отказа от привычных традиционных визуальных схем построения картинной плоскости, то искусство постмодернизма расширяет инструменты восприятия, используя не только зрение, но и другие органы чувств. Появляются различные художественные акции, где может быть задействовано тело человека.

В искусстве постмодернизма, в период глобальной компьютеризации и виртуализации, появление симулякров, подменяющих реальность интерес к телу человека был не случайным. Упадок рационализма связан с мутацией, распадом изображаемого тела и образа человека, и уходящей картезианской культурой, а также с возникновением новых видов художественных практик. Воспринимая эти практики, зритель активизирует не только зрение, но и другие чувства, в том числе и осязание. На протяжении всего XX века искусство модернизма принципиально отвергало устоявшиеся классические образные и визуальные системы, которые сформировались в Европейском искусстве к XVIII веку. «В искусстве модернизма происходит разрыв между словом и образом, образом и объектом» [9, с. 27]. Художественный авангард начала XX века отказывается от образа человека. В авангардизме происходит возврат интереса к человеческому телу, способствующему реабилитации чувственной (визуальной) культуры, утраченной когда-то художественным авангардом, что совпадает с концепцией П.А. Сорокина, это в свою очередь актуализирует интерес к образу человека.

В современном искусстве особым образом выстраивается коммуникация между произведением искусства и зрителем, причем роль последнего значительно усиливается, благодаря особому значению интерпретации произведения реципиентом. В результате, вместо пассивного смотрения, зритель становится активным участником, стороной, творящей новые смыслы. Произведением искусства считается конвенция между зрителем и автором. Проявление интереса к телу человека, который происходит уже более полувека, явление не случайное. В его основе, лежит множество причин, выходящих за границу эстетической сферы. В искусстве 1960-70-х гг. его возникновение связано с результатом реакции культуры на длительное преобладание логоцентристского подхода к миру, которое было присуще культурной традиции запада. «Трансцендентальный субъект стоит в основании специфического типа культуры, который Х. Гумбрехт обозначает как «культуру значения». Этот тип культуры, исторически сложившийся в эпоху Нового времени, рассматривается им в качестве контрагента «культуры присутствия» [4, с. 30]. «Культура значения» интерпретируется близко к синониму «смысла», то «культура присутствия» обозначает непосредственное телесное присутствие, которое доступно чувственному восприятию человека, то есть пространственное отношение к миру. Современной культуре соответствует «культура значения», но наблюдается тенденция возврата к «культуре присутствия», чувственной сфере. Концепция Х. Гумбрехта позволяет понять специфику различных выражений художественных акций, как практик, реабилитирующих телесность. «В современной культуре акционизм является ареной поиска человеком выхода из «культуры значения» на уровень непосредственного контакта с вещественным миром» [1, с. 9].

Если классическое изобразительное искусство в ходе художественной коммуникации преимущественно задействовало зрение, то современное искусство применяет почти весь арсенал чувств, которые имеются у человека. Выдвижение искусства художественных акций на передний план, по мнению М.Г. Чистяковой, можно объяснить возрастающей виртуализацией культуры.

Начиная с модернизма, происходит расхождение между кодом и референтом, означаемым и означающим, это связано со стремлением западной культуры сгладить субъект-объектные отношения, которые были сформированы рациоцентристской картиной мира, что в результате привело к утрате человеком целостности. Трансформация знака в симулякр происходит в культуре постмодернизма, что приводит в результате к возникновению ощущения оторванности у человека от чувственного мира, «...ибо в ситуации постмодернизма реальность в принципе оказывается под вопросом» [9, с. 33]. Например, Ж. Бодрийяр определяет постмодернизм, как культуру симуляции, в ней реальность заменяется симулякрами, которые не отражают

окружающую действительность. В результате происходит подмена реального с помощью знаков реальности, это приводит к состоянию неопределенности [1, с. 20]. Выходом из состояния иллюзорности представители постмодернизма видят в возможности выйти на «...уровень непосредственного контакта с вещественным миром (уровень, пролегающий вне интерпретаций, значений и толкований), используя для этого возможности искусства. В культуре постмодернизма, таким образом, включение тела в разнообразные художественные акции инспирируются как нарастанием виртуализации действительности, так и желанием обретения человеком подлинности» [9, с. 33]. Использование тела художника, в форме художественных акций впервые применили представители художественного авангарда, такие как дадаисты, футуристы, сюрреалисты, русские кубофутуристы. Подобные акции выражались в игровой форме и были нацелены на разрушение традиций картезианской культуры. Использование идеи тактильности, как инструмента познания действительности в авангардизме возникает позднее, в 1920-30-е годы. Прежде всего, это связано с ослаблением революционного пафоса и эпатажности основных направлений художественного авангарда. Так, тему тактильности (наука об осязании), практиковали в Баухаузе П. Клее, В. Гропиус. В манифесте «Тактилизм», Ф.Т. Маринетти, основатель футуризма, выдвигал идею дополнить зрение осязанием, что является стремлением модернизма к интеграции искусств, с помощью увеличение инструментов восприятия. Особый статус М. Маклюэн придавал осязанию, как функции нервной системы, которая способна объединить остальные чувства в органический синтез. О значении тактильности писал М.Н. Эпштейн, в частности он, отмечал, что зрение и слух человека предполагают, некоторую дистанцию и имеют дело лишь с проекциями вещей, тогда как осязание непосредственно связано с самой вещью и приближает максимально человека к миру [12, с. 72]. Особого роста тактилизм достигает во второй половине XX века, когда происходит активная виртуализация действительности, как результат влияния информационного общества. В этой ситуации искусство вынуждено искать пути, которые ведут к реальному, и осязание, является одним из составляющих эту реальность. Практики художественного активизма выходят за пределы мастерских, где главную роль чаще всего играет сам художник реализующий свое творчество в присутствии приглашенных зрителей (Ж. Матье, И. Кляйн, Дж. Полок и т.д.) Со временем практика художественных акций развивается в сторону активности зрителей. Так, возникает хэппенинг, он рассчитан на непреднамеренное, спонтанное участие зрителей. Другим видом искусства художественных акций, является перформанс, в нем, в отличие от хэппенинга более подробно разработан сценарий, и импровизация выражена в меньшей степени. «Снятие границ между изобразительным искусством, театром и жизнью не

только создает особую, существующую в прорыве между искусством и жизнью, сферу культуры, но и открывает современное искусство самой широкой публике, так как в художественное действие оказываются вовлеченными как подготовленные зрители, так и случайные свидетели» [9, с. 34].

Другой формой современного искусства является инсталляция, представляющая собой некоторый арт-объект, фрагмент искусственной реальности, собранный из каких-либо готовых частей. Основателем инсталляции принято считать Марселя Дюшана, который также стоял у истоков дадаизма и сюрреализма. Инсталляция обладает безусловной генетической связью с живописью и не может рассматриваться в отрыве от нее. «Вместе с тем в своем нынешнем виде данная форма стала своего рода симптомом перемен, происходящих в художественном сознании...» [7, с. 27]. Для понимания этих перемен, Д.М. Севостьянов выделяет три измерения, составляющие динамику изобразительности. Данная динамика «...имеет одну общую направленность: от первобытного синкретизма, в котором она некогда прибывала, до современного состояния обособленных функций и вторичного синтетизма» [7, с. 28]. Первое измерение обозначается как информационное, берущее начало в доисторических, пещерных ее формах. В момент возникновения живописи она стала одной из первых форм сохранения информации вне человеческой головы, например на стенах пещер. Во втором отмечается роль и место искусства как социального явления, проявляющегося в материальной форме. Третье — выражает циклические процессы, происходящие в искусстве, отображая его зарождение, расцвет и упадок и обозначается как духовное. Результатом изменений в этих областях становятся современные тенденции в искусстве, например инсталляция. Живопись обладала целым комплексом функций: сакральная, культурообразующая (как средство для создания кумулятивной культурной реальности), коммуникативная, миметическая, эмоциональная. В первобытном искусстве сакральная функция занимала одно из главных мест. Весьма вероятно, что эмоциональная функция занимает здесь противоположное место. Данная иерархия не постоянна, в ней происходили изменения, с переносом некоторых функций в другие области, а также изменения с ценностными отношениями к индивидуальности. Иерархия может строиться по принципу ордера и по принципу инверсии. В результате инверсий элемент, который занимал в иерархии низкий статус, может занять диаметрально противоположное место в этой иерархии. Развитие инверсионного принципа способно привести к распаду или коренной трансформации самой системы, изначально существовавшие в ордере.

Со временем живопись утратила некоторые из функций. «Появилось идеографическое (рисуночное) письмо, далее следовал занявший целую огромную эпоху переход к письму звуковому. Так или

иначе, но главная часть коммуникативной функции перешла к письму и была утрачена живописью» [7, с. 29]. Со временем сакральная и миметические функции оттесняются на второй план. В дальнейшем появились и другие способы отображения реальности: камера-обскура, фотография и др. В результате, за живописью остались закрепленными две функции: культуuroобразующая и эмоциональная. Наименее значимая, в доисторический период эмоциональная функция становится в дальнейшем более приоритетной. «Это есть не что иное, отмечает Д.А. Севостьянов, как развитие в изобразительном искусстве инверсионных отношений...» [там же]. Появление инсталляции обязано переходу от ремесленного, кустарного производства к промышленному. Предмет, изготовленный кустарным способом, несет в себе некоторый авторский, эмоциональный отпечаток. Как отмечал Г.Г. Гадамер, современные вещи такой функцией не обладают, их можно изготовить сколько угодно количество раз, мы не получаем никакого опыта вещи [3, с. 240–241]. Заложенный в вещи авторский стиль, чаще всего не вписывается в потребности автора инсталляций. Неслучайно, что становление инсталляции совпадает со временем массового производства, заполняющее нашу жизнь безымянными вещами.

Если П.А. Сорокин финальной стадией визуализма называл импрессионизм, то Д.А. Севостьянов определяет инсталляцию...» вновь возникает потребность в наделении вещи особым, сверхчувственным смыслом. Однако сам художник не делает этого, оставляя такую обязанность зрителю» [7, с. 30]. Инсталляция вытекает из дадаизма, вбирая в себя его внутреннюю пустоту, она сама становится пустотой, из которой автор ушел, а зритель остался. Здесь нет равновесия, диалога, автора и зрителя. В такой ситуации равноправность автора и зрителя отсутствует, так как автор самоустранился, предоставив зрителю свободно ассоциировать. Инсталляция не готовая ситуация, а своего рода сырье для восприятия, содержащее некоторую фабулу, здесь реципиенту отводится роль толкователя, интерпретатора смыслов, заполняя оставленную автором смысловую пустоту.

Завершение цикла визуализма знаменует собой переход к идеациональности. «Сакральное в инсталляции пока еще отсутствует, но в этой искусственно созданной пустоте для него уже уготовано место. Однако для этого необходим сущий пустяк — а именно преобразования самой глубоко инвертированной системы «общество», неизбежность которых уже назревает в настоящее время» [7, с. 32]. Это также относится и к практикам художественного активизма, к которых сакральное еще отсутствует, но есть тенденция обретение смысловых границ.

Еще одним видом современного искусства является коллаж. Он, как и инсталляция провоцируют зрителя на использование не только зрения, но и тактильности. В таких искусствах применяется прин-

цип открытого произведения, соединяющий в себе границы реальности и искусства. Разработка этой концепции принадлежит У. Эко. Эти реальности взяты таким образом из различных контекстов, что возможности смыслового соединения его элементов чаще всего далеки от однозначности, что в следствии создает ситуацию вариативности интерпретации произведения [11, с. 320]. Это выразилось в нарушении традиционно сложившихся связей между человеком и искусством. Основными чертами такого произведения являются: множественность его интерпретаций, отсутствие ориентиров и привычного порядка, разрыв с традиционными эстетическими представлениями. «...Несоответствие опыта реципиента ситуации, пишет М.Г. Чистякова, когда некий артефакт, который представляется бесконечно далеким от искусства, ему предлагают рассматривать именно в этом качестве — все это осложняет эстетическую коммуникацию, но не делает ее невозможной» [9, с. 19, 20]. В своих радикальных выражениях живопись модернизма закрывает вместе с визуальностью и картинное пространство, в результате чего произведение переходит в физическое пространство, «...инсталлируя и проявляя его посредством, как художественных объектов, так и тел художников» [9, с. 32].

Другой разновидностью современного искусства является боди-арт, где может использоваться как тело самого художника, так и тела его моделей. Здесь уместно вспомнить художественные акции И. Кляйна и его «Антропометрии». В этой акции продемонстрированы отпечатки тел натурщиц, на которые предварительно была нанесена краска. Все чаще в подобных акциях задействуется и тело зрителя, причем зритель может выступать и как соавтор этого произведения. «Зритель может играть роль холста, как это происходит в боди-арте, или выступать в качестве элемента произведения» [9, с. 35]. В подобных видах искусства стирается граница между зрителем и автором.

В современном искусстве существуют акции, которые реализуются в радикальных формах, на примитивном физиологическом уровне. Например, «спесиман-арт» (искусство создания образов), его представитель, скульптор Г. фон Хагенса, на выставке в Вене в 1999 году, в качестве произведения искусства представил изображения срезов человеческих органов. Среди прочих художественных акций, существуют акции, которые стремятся обратить внимание зрителя на различные чувственные реакции тела, например боль. Тема боли, как физического страдания культивировалась еще в 1970-е годы «Венскими акционистами», так называемыми «телесными ритуалистами», среди них были: Р. Шварцкоглер, Г. Нитша, З. Фрейд, Ж. Батай и т.д. Представители этих акций стремились направить внимание зрителя на тему жестокости. Испытываемое художниками сострадание к физической боли должно было вызвать у зрителей подобные чувства сопереживания. «Боль использу-

ется с целью подтвердить самому себе факт своего существования: я чувствую, следовательно, существую. Я не симулякр, не фантом, я есть живое, осязающее тело» [9, с. 35]. В этой ситуации человек стремится доказать себе, что пока он чувствует свое тело и переживает боль, он существует, и он не потерялся в мире симулякров, его тело, становится единственным, несомненным доказательством собственной подлинности. Таким образом, искусство возвращает утраченную «культурой значения» телесность с помощью различных форм художественного активизма. Интерес к телу человека, также является реабилитацией чувственной или визуальной культуры.

Другой формой художественных акций является стрит-арт или уличное искусство и такая его разновидность как флэш-моб. Он представляют собой общественное движение, которое заключается в проведении публичных акций. Участниками флэш-моба могут стать не знакомые в обычной жизни люди, которые заранее договорившись о встрече, чаще всего через Интернет, совершают некоторые действия, внешне лишённые смысла, по заранее составленному сценарию, например: принимают причудливые позы, запускают воздушные шары, бегут в одном направлении и т.д.

Все эти феномены современного искусства и представляют современный авангард. В отличие от авангарда начала XX века он имеет следующие черты: формат открытого произведения, (отсутствие окончательных и поиск новых смыслов в произведении), интерес к телу человека, виртуализация реальности, возврат к визуальной (чувственной) культуре, тяготение к образу человека через художественные акции. Другой чертой современного искусства является усиление роли реципиента. О значении роли зрителя Ю.Б. Борев пишет: «Все авангардистские направления (предмодернизм, модернизм, неомодернизм, постмодернизм), заостряя те или иные черты художественного образа, усиливают рецептивную активность читателя, зрителя, слушателя, превращая их не только в равновеликих автору творцов художественного текста, но и делая реципиентов в процессе интерпретации текста более важным, чем автор творцом художественного смысла). Все авангардистские направления исходят из того, что художественный текст, созданный автором, — полуфабрикат, превращающийся в художественный продукт только благодаря интерпретационной активности реципиента» [2, с. 182]. Еще одной чертой, характеризующей современную эпоху, является ее неоднородность. В других периодах развития культуры существовал, он и доминировал, тот или иной стиль, выражающийся, например, в эпохе барокко, рококо, классицизма и т.д. То в современной эпохе происходит соединение видов, жанров, и стилей искусства. Сейчас сложно определить стиль эпохи. Плюрализм в искусстве, неоднородность напоминает цветной калейдоскоп, в котором то или иное направление может стать актуальным, то, что мы называ-

ем авангардизмом. Другой чертой, является то, что авангардистские и реалистические направления развиваются параллельно. «Новейшее время, — пишет Ю.Б. Борев, — включает в себя две художественные эпохи: авангардизм и реализм. Своеобразие этих эпох состоит в том, что они развиваются не последовательно, а исторически параллельно» [там же].

Можно ли предвидеть форму будущего авангарда, вид искусства, в который он будет обличен, основные принципы? На протяжении всего XX века в искусстве происходило возвращение к традиционной системе, считает А.А. Пелипенко. Так К.О. Малевич в конце своего творческого пути стал писать реалистические портреты. П.П. Кончаловский и И.И. Машков перешли к музейным натюрмортам, Ж. Брак в своих поздних работах пришел к классической живописи. Энди Уорхолл вернулся к пленэру, изображая виды Везувия и т. д. Данные примеры свидетельствуют о циклическом процессе, происходящим не только в рамках больших временных циклов при переходе от эпохи к эпохе, но и в малые временные периоды. Постмодернизм постепенно теряет свой прежний статус, снижая остроту противостояния. «В последние пять лет наблюдается явная усталость от произвола, бескачественности, эклектики и иных фигур постмодернистского инструментария типа двойного кодирования, палимпсеста, различного рода цитирования, декомпозиции, бриколажа и др.» [6, с. 6].

Можно предположить, что на смену постмодернизма придет искусство неоклассики, которое и будет определять современный авангардизм. С большей вероятностью — это будет визуальное искусство. Интерес к телу человека в художественных акциях реабилитирует визуальную культуру. Человек вновь приобретает роль главного действующего лица в художественном произведении. Авангард, разрушил трехмерность в картинной плоскости, современное искусство вновь возвращает интерес к телу человека, включая его в свое произведение.

Библиографический список

1. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. — Режим доступа : <http://exsistecia.livejournal.com>
2. Борев, Ю. Б. Эстетика : учебник [Текст] / Ю. Б. Борев. — Москва : Высш. шк., 2002. — 511 с.
3. Гадамер, Г. Г. Актуальность прекрасного / Г. Г. Гадамер. — Москва : Искусство, 1991. — 367 с.
4. Гумбрехт, Х. У. Производство присутствия : чего не может передать значение [Текст] / Х. У. Гумбрехт. — Москва : Новое лит. обозрение, 2006. — 184 с.
5. Дрейер, Т. Сегодня в искусстве возможно все. Интервью с Томасом Дрейером [Текст] // Международный журнал исследований культуры. — № 2. — 2011. — С. 35–37.

6. Пелипенко, А. А. Постмодернизм в контексте переходных процессов [Текст] / А. А. Пелипенко // Человек. — 2001. — № 4. — С. 5–17.
7. Севостьянов, Д.А. Исталляция: отображение инверсионных отношений в искусстве [Текст] // Вопросы культурологии / Д. А. Севостьянов. — 2012. — № 6. — С. 27–32.
8. Сорокин, П. А. Социальная и культурная динамика : исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права, и общественных отношений [Текст] / П. А. Сорокин // пер. с англ., коммент. и ст. В. В. Сапова. — Санкт-Петербург : РХГИ, 2000. — 1056 с. , ил.
9. Чистякова, М. Г. Современное искусство как культурно-антропологический феномен [Текст] : дис. ... док. филос. наук / М. Г. Чистякова. — Тюмень, 2012. — 42 с.
10. Щербинин, М. Н. Искусство и философия в генезисе смыслообразования (опыт эстетической антропологии) : монография / М. Н. Щербинин. — Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2005. — 312 с.
11. Эко, У. Открытое произведение : форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко. — Санкт-Петербург : Simposium, 2006. — 412 с.
12. Эпштейн, М. Н. Тело на перекрестке времен. К философии осязания / М. Н. Эпштейн // Вопросы философии. — 2005. — № 8. — С. 66–81.

Фахрутдинова Ф.Д.

Fahrutdinova F.D.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ТАТАРСКОГО КОСТЮМА

REGIONAL FEATURES OF TATAR

В статье рассматривается традиционный татарский костюм тюменского региона, его структурообразующие элементы и современное состояние.

Ключевые слова: *кройконструкция, колористика, орнаментика, культура, традиция, костюм, одежда.*

This article discusses traditional Tatar costume Tyumen region, its textural elements and modern state.

Keywords: *kroykonstruktsiya layout, color, ornamentation, culture, tradition, costume, clothes.*

Культура находит выражение в разных современных направлениях творческой деятельности повседневного плана, и в живущих, и вновь оживающих элементах этнокультур в сегодняшнем обращении к культурному наследию прошлого. В культуре разных народов прослеживаются различные тенденции. Одна из этих тенденций связана с интенсивными процессами регионализации, национально-этнического возрождения культур и народов. В ней реализуется потребность в осознании своего, самобытно-исторического пути, в чувстве уверенности на некотором своем социальном и культурном пространстве, на своей земле, потребность в идентификации своей судьбы с этой землей, страной, религией, с ее прошлым, настоящим и будущим.

Современная традиционная одежда татар тюменского региона сохраняет в себе следы культурных связей между этносами, которые существовали в период XVI–XX вв. История человечества фактически не знает примеров абсолютно изолированного развития этносов. Культура, сформировавшаяся в пределах Сибири, многолика и, вместе с тем, универсальна. Многовековые контакты, единые формы ведения хозяйства в сходных природных условиях, общность исторических судеб определили близость материальной и духовной культуры народов Сибири. Разнородные культурные эле-

менты усваивались, «сплавлялись» с местными особенностями, локализуясь в региональные типы культур. Это выразилось в различных элементах народной культуры, в частности, и в традиционном татарском костюме. В его образно-стилистической структуре зримо отразились религиозно-магические, этические и эстетические представления народа, его темперамент, характер, высокий уровень духовной и материальной культуры. Это своеобразный синтез материальных и духовных начал, в котором отражаются моменты этнической истории, этнокультурные установки и межэтнические контакты, конфессиональная принадлежность.

Культуры современных народов представлены, как правило, несколькими разновидностями национального костюма. Множество территориальных типов, вариантов, включает в себя и татарский традиционный костюм тюменского региона. Татарское население в регионе представлено сибирскими и поволжскими татарами. Сибирские татары контактировали со многими народами, которые оставили свой отпечаток на этническом развитии, в том числе, и костюме: угорские племена (предки хантов и манси), тюркские народы, башкиры, казахи, русские. На протяжении нескольких столетий происходило сближение татар с сибирскими бухарцами-выходцами из Самарканда, Бухары и других городов Средней Азии. Известно, что среди бухарцев было много ремесленников, и со временем их художественные традиции вплелись в культуру сибирских татар. Поволжские татары наследуют традиции Волжско-Камской Булгарии X–XV веков и Казанского ханства XV–XVI веков, и сочетает в себе традиции кочевых булгар и оседлых народов. Татары с Поволжья появились в Сибири еще во времена Сибирского ханства XVI века, но массовые переселения происходили в конце XIX — первой половине XX века.

Структурообразующими элементами языка костюма являются: материал, кройконструкция, колористика и орнаментика. Влияние климатических условий, особенности хозяйственной деятельности отразились в своеобразии типов традиционного татарского костюма и материалов, из которых они изготавливались. Основными материалами одежды домашнего изготовления были: шерсть, кожа, конопля, лен и мех домашних животных. Сибирские татары издавна шили свои одежды из материалов, сотканых из шерсти на собственных ткацких станках, и из тканей, привезенных торговыми бухарцами из Средней Азии. Татарами также часто использовался холст, приобретаемый у окружающего русского населения. Тип материала чаще всего членил одежду на праздничную, будничную, обрядовую. Отношение к праздничной и свадебной одежде было особенное, ее богаче украшали, тщательнее хранили, передавая зачастую из поколения в поколение. Тип материала также являлся показателем социально-экономического положения владельца, его

национальности, возраста, места проживания. С конца XIX века татары стали широко использовать холст и ткани фабричного производства для изготовления одежды. Татары также стали употреблять для шитья одежды фабричные материалы — ситец, сатин, кумач, шелк и бархат.

В основе костюма сибирских татар лежат древние тюркские формы в виде рубахи, шаровар, камзола, высоких или маленьких головных уборов, цветных или однотонных сапог на мягкой подошве. Основные элементы традиционной одежды были общими для всех групп татар. Еще в середине XIX века повсеместно и мужчины и женщины носили длинные, широкие туникообразного покроя рубахи и длинную со сплошным остовом распашную верхнюю одежду. У женщин эту монументальность подчеркивали массивные нагрудные, накосные и наручные украшения и сложные, как правило, сочетающиеся с большими покрывалами головные уборы. Наиболее ярко национальные особенности проявляются в женском костюме — в силу эмоциональности женщин и их внутренней потребности к красоте он отличается необычным своеобразием.

Женская одежда по многообразию составляющих ее элементов и в деталях более разнообразна по сравнению с мужской. Она различается не только функционально, но и по возрастному принципу (одежда девушек, молодых и старых женщин). В ней больше заметны территориальные особенности кроя и декоративно-художественного оформления. Женская одежда является важным носителем культурных ценностей и смыслов. Семиотический статус женского костюма как совокупности функционально взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов был очень высоким, обладая не только утилитарной, но и знаковой прагматикой. Головной убор определял социальную значимость костюма в целом, в нем были воплощены морально-эстетические нормы, которым соответствовал костюм. В головных уборах четко улавливается возрастная дифференциация, они были символом честности женщины. Наличие нагрудника в костюме татарок объясняется множеством взаимосвязанных функций, которые он исполнял. Их древнейшая функция — религиозно-магическая — связана с необходимостью сокрытия груди кормящей женщины от недоброго взгляда. Дополняли весь комплекс женского костюма разного рода украшения. Своеобразие татарских украшений обусловлено многовековыми традициями. Это всевозможные накосники, головные украшения и др. Издавна своеобразному орнаменту на различных видах одежды придавалось охранно-магическое значение. В целом, женский татарский костюм образовывал единую знаково-символическую систему.

В число элементов нижней одежды женского татарского костюма входят рубаха, нижний нагрудник — «кукракча». Это сочетание присуще практически каждому комплексу и является его тра-

диционной основой. Женщины сибирских татар носили широкую рубаху «кинек» с прямым разрезом посередине, стоячим воротником, прямыми или суживающимися к кистям рукавами, с ластовицей или без нее. Праздничные рубахи шили из шелковых тканей. Воротник их украшали вышивкой золотыми и серебряными нитями и пуговицами. Рубаха служила нательной одеждой и платьем. Одежда татар в XIX веке сохраняла локальные особенности, восходящие к глубокой древности. В жаркую погоду рубаха выполняла и функцию верхней одежды. Обычно поверх нее надевали распашную одежду. По принципу кроя все многообразие женских рубах, так же как и мужских, можно разделить на два типа: рубаха туникообразного покроя и рубаха со скошенными и сшивными плечиками, закругленными проймами для рукавов. Женская туникообразная рубаха идентична мужской, что вообще характерно для древних форм одежды.

В отличие от мужских женские рубахи шились длинными, почти до щиколоток. Основное полотнище ее перекинута через спинку на грудь с вырезом по овалу шеи. Посередине него имеется прямой грудной разрез. К основному полотнищу перпендикулярно пришиты прямые рукава с ластовицами («кисэтэк») и боковые полотнища («чабу»), расширяющиеся книзу. Такая рубаха, раскроенная по вертикальным линиям, без горизонтальных швов смотрелась монументально. Неотъемлемой принадлежностью женской рубахи являлся нижний нагрудник, нагрудная повязка — «кукракча», «тушелдрек». Наличие нагрудника в костюме татарок объясняется множеством взаимосвязанных функций, которые он исполнял. Поверх рубашки женщины надевали жилет («камзол»). Камзол — одежда, которую татарки носили постоянно. Женский камзол имел покрой, аналогичный с мужским камзолом. Он отличался лишь тем, что расширения к подолу было больше, чем в мужском камзоле.

Свои опояски татары делали из бумажных тканей или изготавливали из шерсти на ткацком станке. В праздники они иногда надевали на бишмэт широкий кожаный пояс, украшенный металлическими бляхами и широкой медной или бронзовой пряжкой. Среди тюменских татар был в прошлом распространен также «чикмен» («цикмэн») — разновидность сукмэна. Чикмен шился из грубошерстного материала и был рассчитан на ношение в холодное время года. Воротник чикмена делался шалевый из того же материала.

Основным мужским головным убором сибирских татар, как и казанских татар-мусульман, была тюбетейка. У казанских татар в дореволюционный период употреблялись два основных вида тюбетеек: «такыя», представлявшая собой полусферу, и «кэлэпуш» — низкий усеченный конус с плоским верхом, при долгом ношении превращавшийся также в полусферу. Сибирские татары называли эти два вида тюбетеек: «кэбэц» и «тэкыя. Традиционными голов-

ными уборами татарок были разнообразной формы волосники, покрывала и шапки.

Девичьи головные уборы имели одну отличительную особенность: они, как правило, имели шапкообразную или калфакообразную конструкцию и надевались без волосника. Девушки носили мягкие белые калфачки, тканые или вязаные. Носили также налобные и височные украшения — полоски ткани с нашитыми бляхами, бусинами, подвесками. Волосы, заплетенные в две косы, располагались на спине и оставались открытыми или прикрывались специальным девичьим украшением.

Праздничными женскими головными уборами были калфаки: одни — больших размеров, вязаные или сшитые из шелковых и бархатных тканей, покрытые вышивкой, золотой или серебряной нитями, иногда — бахромой из золоченых нитей, другие — небольших размеров, сшитые с твердым околышем из бархатной ткани, украшенные также вышивками, позументами и пришитыми старыми монетами [1, с. 112].

Значительный интерес представляет другой вид женского головного убора сибирских татарок — «сарауц». Сарауц — праздничный головной убор замужних женщин, напоминающий диадему, с твердой обшитой тканью вокруг картона, украшенной позументами и бисерными вышивками. Этот довольно дорогой головной убор был распространен во второй половине XIX — начале XX века среди женщин из богатых семей.

Обязательной частью женской одежды было покрывало. В этой традиции отразились древние языческие воззрения о магии волос, закрепленные позднее исламом, рекомендуящим скрывать очертания фигуры и прикрывать лицо. Формы покрывал были разнообразными: полотенеобразная, треугольная, квадратная. В XIX веке на смену покрывалу пришел платок, универсальный головной убор практически для всего женского населения. Существует старинный способ подвязывания платка двумя концами под подбородком и направление ее на спине. Обычно короткие платки подвязывали на затылке, а длинные оборачивали вокруг головы и перекидывали конец через плечо.

Всю теплую верхнюю одежду (стеганые мужское и женское пальто, меховые шубы, тулупы и т.д.) татары называли общим названием «тун». Термин «тун» всегда употреблялся вместе с названием материала, из которого шили тот или иной вид теплой одежды: лисья шуба «толге тун», полшубок (тире тун) и т. д. Традиционная обувь в комплексах одежды разных полов отличалась лишь некоторыми нюансами. Обувь была разнообразной по материалу, технике изготовления, способу ношения и т.д. Различали обувь нижнюю, которая непосредственно одевалась на босую ногу, и верхнюю. На босую ногу татары надевали чулки — «оек», которые

различались и по материалу и по форме. Из верхней обуви наиболее распространена была кожаная, валяная и лыковая. Сибирские татары и бухарцы региона издавна носили ичиги («ату») — полусапожки, шитые из бараньей или козлиной кожи, с мягкой подошвой. Поверх ату надевали кожаную обувь «кенкэ». Сибирско-татарская кенкэ — это головки кожаных сапог на твердой подошве. Кенки в XIX веке были известны и русским [2, с. 106].

Одним из наиболее распространенных способов отделки была вышивка, которой украшали повседневные и праздничные костюмы, верхнюю одежду, в том числе меховые мужские и женские шубы и полушубки. Вышивали и традиционные, наиболее важные предметы свадебного ритуала — девичьи головные уборы, женские камзолы. Это говорит об эстетической восприимчивости татар. Излюбленными орнаментальными мотивами в татарских вышивках были символы вечной любви — «ляля чачак»; символ семейного благополучия, плодородия — цветущий сад; чистоты, веры, ислама — полумесяц и звезда. Узорные домотканые материалы вышивались чаще тамбуром, иногда геометрическим орнаментом, как и у русских. Так, восьмиугольник с квадратом или ромбом в центре, встречается в вышивке сибирских татар и обозначает звезду. Концы изделия нередко завершала мережка, образованная нитями утка. Иногда нити утка соединялись в мережке таким образом, что создавали рисунок из ряда повторяющихся геометрических фигур — это так называемая техника «кипрская», известная в русском костюме как «мережка настилом».

Кроме того, помимо элементов узора, прослеживается сходство в использовании сочетания цветов. Существовали орнаменты магико-заклинательного характера, которые отворачивали злые чары, играли роль оберегов семейного очага, дома и человека. Орнаментальные элементы костюма служили магическим средством защиты от природных стихий, разного рода бедствий, болезней, демонов и духов. Помещались узоры, как правило, вокруг горловины, в кайме рукавов и подола одежды — в тех местах, через которые, как считалось, вредоносные духи могли пройти в тело человека. Ту же охранительную функцию выполняли украшения и грим.

В декоративном оформлении татарского костюма сибирских татар большую популярность приобретали воланы, мелкие сборки. Рубахи украшали разноцветными шелковыми и атласными лентами и кружевами. Воротник, полы и концы рукавов камзолов опушались мехом. К украшениям татар региона относились различного рода орнаменты на обуви, вышивки на поверхности головных уборов и одежды [4, с. 57]. Криволинейные мотивы (роговидные, волнообразные), отражающие символы благополучия, богатства чаще всего использовались при орнаментации по коже и меху. Татарский костюм тюменского региона в собранном виде представляет собой

ансамбль, построенный в закономерном ритме линий, плоскостей и объемов, на соответствии фактуры и пластики тканей, на организующей роли декора и цвета, на связи утилитарных и художественных достоинств.

Сибирские татары сохраняли свою традиционную национальную одежду в основном до середины XIX века. Механизмы передачи традиции изготовления одежды изначально были ориентированы на канонические системы, на традицию, непосредственно передававшуюся из поколения в поколение. Татарский костюм тюменского региона представляет собой уникальную систему народного художественного творчества, включавшую в себя изготовление тканей, сложных и богато орнаментированных головных уборов, производство различных видов обуви, высокохудожественных ювелирных украшений. Одежда татар характеризуется большим разнообразием, отражает разнородный состав жителей региона.

В настоящее время у одних этносов народный костюм сохранился в большей степени, а у других — в меньшей. В основе культурных различий лежит история, язык, традиции, а также религия. В связи с появлением интереса к национальным корням, к религии замечено возрождение интереса и к традиционному народному костюму. Например, в заречной части города Тюмени, где издавна проживают татары, в настоящее время наблюдается ношение традиционного костюма среди молодежи в быту.

Анализ традиционного татарского костюма, бытующего в настоящее время, показывает, что в женском костюме не наблюдается ношение традиционных головных уборов («калфак», «сарауц»). Женский головной убор представлен головным платком, при этом, традиционный способ ношения платка сохранен. Сохранен туникообразный крой рубахи, приближенный к широкому платью, с длинными рукавами, и закрытой грудью. Наибольшую стабильность сохраняют ритуальные костюмы. Именно этот тип костюма всегда связан с религиозными представлениями у каждого народа, обладает определенной семиотической функцией. И хотя основными приверженцами традиционного костюма всегда были пожилые люди, в настоящее время значительно возрос интерес к нему молодежи. Из головных уборов мужчин широкое распространение имеют тубейки — традиционный мужской головной убор татар.

Таким образом, в настоящее время в тюменском регионе наблюдается возрождение интереса к народным костюмам. Какое значение имеет народная культура, в частности, такой ее феномен, как народный костюм? Народную культуру, пишет В.С. Цукерман, можно определить как часть культуры человеческого общества, созданную непосредственно трудящимися массами, выражающую их миропонимание и мироощущение и представляющую результат и процесс формирования и реализации их сущностных сил,

осуществляемый в основном посредством непрофессиональной деятельности. Современная народная культура, отмечает В.С. Цукерман, базируется на двух основах: традиционной культуре народа и профессиональной культуре. Из этого не следует, однако, что вся народная культура, основанная на традиции, есть лишь наследие прошлого [5, с. 170]. Народный костюм в тюменском регионе существовал и развивался в сложной системе всего бытового уклада народа, с особенностями его труда и быта, пронизанными верованиями и обрядами. Он сохраняется и поныне. В основном в народных обрядах и ритуалах.

В.С. Цукерман выделяет специфические функции современного традиционного народного искусства: гармонизирующую, направленную на гармонизацию бытовой среды и самого человека, как своеобразное средство профилактики техницизма и чрезмерной стандартизации быта. Изделия народного искусства вводят человека в мир иных ценностей, обращают его к истокам народной жизни, расширяют исторический кругозор. Суть гуманистической функции заключается в формировании человеческого отношения к продуктам человеческого труда, сохраняющим индивидуальность и теплоту рук мастера. Народная культура в период глобализации играет роль наиболее полного выражения в прикладном искусстве национального начала. Традиционное народное искусство, распространяясь в различных слоях общества, способствует в известной мере их сближению, особенно сближению города и деревни. Проникая в городскую среду, оно несет нетленные ценности духовной культуры народа [5, с. 193, 200].

В условиях глобализации производства, где многие объекты материальной культуры неминуемо становятся элементами универсального комплекса, одежда еще может сохранить форму единичного изделия и уникальность.

Библиографический список

1. Валеева-Сулейманова, Г. Ф. Декоративное искусство Татарстана [Текст] / Г. Ф. Валеева-Сулейманова. — Казань : Фен, 1995. — 190 с.
2. Гадиев, Р. Г. Методические основы обучения татарскому народному искусству учащихся начальной школы на уроках изобразительного искусства [Текст] : дис. ... канд. пед. наук. / Р. Г. Гадиев. — Москва, 1997. — 241 с.
3. Народная культура в современных условиях : учеб. пособие / Министерство культуры РФ. Рос. ин-т культурологи; отв. ред Н.Г. Михайлова. — Москва, 2000. — 219 с.
4. Сперанская, Л. Л. Костюмы казанских татар [Текст] / Л. Л. Сперанская. — Казань : Тат. кн. изд-во, 1972. — 92 с. : ил.
5. Цукерман, В. С. Народная культура как социальное явление [Текст] : дис. ... д-ра фил. наук / В. С. Цукерман. — Челябинск, 1984. — 401 с.

РАЗДЕЛ II

**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
И ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ**

Бондарчук Д.А.

Bondarchuk D.A.

К ВОПРОСУ ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПОНЯТИЯ
«ШОУ-БИЗНЕС»

TO THE QUESTION OF OPERATIONALIZATION
OF THE CONCEPT OF «SHOW BUSINESS»

В статье выявлена специфика операционализации понятия «шоу-бизнес», в результате исследования автором предлагается толкование понятия «шоу-бизнес» как социо-культурного феномена, дается его определение.

Ключевые слова: шоу-бизнес, виды шоу-бизнеса, социокультурный процесс, операционализация понятия, системный подход.

The article reveals the specifics of the operationalization of the concept of «show business», as a result of research the author suggests the notion of «show business» as a sociocultural phenomenon, given its opredeleniia words and phrases.

Keywords: show business, the kinds of show business, sociocultural process, the operationalization of the concept, system approach.

Операционализация — научная процедура «установления связи концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием» [8, с. 266], демонстрирует системный подход к изучаемому явлению и включает такие исследовательские шаги, как формирование понятий, определение техники его измерения, а также поиска индикаторов — доступных наблюдению и измерению характеристик изучаемого и управляемого объекта.

Системный подход, лежащий в основе процедуры операционализации может стать и методологической основой нашего исследования. Эффективность данного подхода в гуманитарных исследованиях показал М.С. Каган [2]. Системный подход доказал свою успешность в тех научных ситуациях, когда предметом исследований оказывались сложные динамические объекты, то есть объекты, способные «реагировать на внешние воздействия изменением своего внутреннего состояния и выходных величин, характеризующих его состояние» [6]. Подобные объекты имеют внутреннюю структуру, состоящую из взаимодействующих динамических элементов, которые

призваны обеспечивать его целостность и сохранение основных качеств при различных внешних и внутренних изменениях.

В научной литературе последних десятилетий понятие шоу-бизнеса интерпретируется именно с точки зрения системности [1]. Системный подход предполагает целостный взгляд на исследуемый объект, как на многоуровневую систему.

Шоу-бизнес является одним из ярчайших социокультурных феноменов современного общества, входящий в социокультурный процесс «как способ включения личности в культурную жизнь общества — в систему его культурных отношений, духовно-нравственных ценностей, бытовых, семейных, производственных отношений, политического устройства» [9].

Как вид деятельности, шоу-бизнес принято считать составной частью массовой культуры, поэтому можно утверждать, что этот феномен отражает и преломляет в себе все процессы, происходящие в ней. Как явление культуры XX века, массовая культура является результатом научно-технической революции и характеризуется определенным уровнем развития экономики, социальных отношений, коммуникации, образования, духовных и материальных запросов большинства населения. В научной литературе этот феномен, как правило, трактуется как особая технология культурного производства культурных ценностей в современном индустриальном обществе, рассчитанного на массовое потребление [3, с. 42].

Шоу-бизнес — это один из важных элементов современной социокультурной сферы, чье значение не ограничивается только рамками культурного процесса. В одном из исследований последних лет понятие шоу-бизнеса трактуется как область «деятельности исполнителей и организаторов концертных выступлений, насыщенных зрелищными эффектами, результат которой направлен на реализацию в массовой аудитории и получение коммерческой выгоды» [5]. О.В. Третьякова указывает на основные компоненты этого понятия, такие как: «коммерческая и социо-культурная деятельность», «направленная на получение прибыли», «рассчитанная на массового потребителя», нацеленная на выпуск «зрелищного продукта» [5]. Из чего следует, что для шоу-бизнеса характерна взаимосвязь двух сторон культурной и коммерческой. В своих исследованиях ученые рассматривают этот феномен как целостность, однако, в одних трудах в большей степени разрабатывается социокультурная составляющая (О.В. Третьякова), в других — коммерческая (А.К. Глассман).

Исходя из этого, можно выделить следующие константы шоу-бизнеса:

- 1) коммерческий характер деятельности, собственно бизнес, целью которого является получение прибыли; маркетинг, как руководство процессом создания художественных ценностей, а также

продвижение на рынок услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, артистов и т.д. Овладение искусством управления, то есть умением применять теории управления, использовать накопленный опыт и системный подход, творчески относиться к управлению организацией шоу-бизнеса;

2) социокультурный компонент шоу-бизнеса, включающий художественное творчество и его результат — художественный продукт, характеризующийся зрелищностью и ориентированный на вкусы и удовлетворяющий потребность массового зрителя в развлечении.

Именно эта структура, по нашему мнению, может послужить основой операционализации понятия «шоу-бизнес».

Каждый из обозначенных элементов шоу-бизнеса представляет собой иерархическую структуру.

Коммерческий компонент шоу-бизнеса содержит следующие элементы:

1. Менеджмент и продюсирование — административная деятельность предприятий шоу-бизнеса. Основные структурные элементы управления: планирование, организация, мотивация, контроль [4].

2. Маркетинг как одна из функций менеджмента и его системообразующий фактор, включает ряд логических шагов — технологическую цепочку:

— изучение конкретного рынка — характер потребления, его интенсивности, анализ конкретной группы потребителей (социальный, культурный, психологический ракурсы рассмотрения);

— формирование идеи товара;

— организация его производства;

— реализация;

— реклама;

— стимулирование продаж [7].

Социокультурный компонент шоу-бизнеса включает следующие элементы:

— виды шоу-бизнеса;

— художественное творчество;

— функции шоу-бизнеса.

Кратко рассмотрим каждый из элементов социокультурного компонента.

В зависимости от ракурса рассмотрения термина «шоу-бизнес» можно выделить его следующие видовые формы:

1) в узком смысле слова, речь идет о исполнении музыкальных номеров, рассчитанных на массовую аудиторию.

2) более широкое толкование дает основание относить к шоу-бизнесу не только музыкальную эстраду, но и многие другие близкие к ней по функциональному назначению виды деятельности: киноиндустрию, зрелищные спортивные состязания, развлекательные телепередачи, конкурсы красоты, музыкальное радиовещание и пр.

3) наконец, в предельно расширительной трактовке — это реклама, оптовая торговля и индустрия музыкальных и информационных программ, производство и тиражирование фильмов, фонограмм и аудиовизуальной продукции, коммерческая организация эстрадных групповых и индивидуальных выступлений актеров, певцов, торговля авторскими и смежными правами, создание музыкальных и видеоклипов, рекламных фильмов, буклетов, афиш, проспектов и прочего [3].

Этот список можно продолжать и обновлять, поскольку, как и любая самоорганизующаяся структура, шоу-бизнес, эволюционируя, адаптируется к культурным, экономическим изменениям, стремясь максимально оптимизировать свою организацию. Если в XX веке можно было наблюдать, как шоу-бизнес потеснил элитарные виды искусства, то в наше время речь идет о том, что сфера его приложения распространяется на них.

Результатом художественного творчества в шоу-бизнесе является художественный продукт. Это словосочетание чаще всего используется применительно к шоу-бизнесу и, порой, является синонимом таких жанровых разновидностей художественных произведений, как спектакль, кинофильм, концерт, представление и пр. По аналогии с дефиницией таких понятий, как «интеллектуальный продукт» и «материальный продукт», первый из них — «продукт в духовной, информационной форме», второй — «продукт, представленный в материально-вещественной форме» [8, с. 309], понятие «художественный продукт» можно трактовать как продукт, представленный в художественной форме. Применительно к шоу-бизнесу — это еще и такие качества, как зрелищность, а также ориентированность на вкусы и потребности массового зрителя в развлечении.

Среди функций культуры и искусства традиционно выделяют: воспитательную (человеко-творческую, гуманистическую), интегративную, коммуникативную, аксиологическую, гедонистическую, познавательную, компенсаторную, прагматическую, адаптационную. Из перечисленных функций, к шоу-бизнесу непосредственное отношение имеют коммуникативная, гедонистическая, компенсаторная и реабилитационная. Из чего можно предположить, что шоу-бизнес — это коммерческая деятельность, целью которой является создание художественного продукта, который в качестве инструмента воздействия на публику выполняет ряд функций: коммуникативную, гедонистическую, компенсаторную и реабилитационную.

Итак, шоу-бизнес как объект исследования представляет собой целостность, рассматриваемую нами с точки зрения иерархического единства социокультурного и коммерческого компонентов и в качестве элемента другой более общей структуры — массовой культуры. Обозначенные структурные компоненты данного понятия, его операционализация требует более детальной разработки, что най-

дет отражение в последующих наших публикациях. Это позволит оптимизировать работу с данным понятием на практическом уровне, оперировать им при решении конкретных аналитических и прогнозных задач, будет способствовать достижению системного эффекта, трактуемого как «возрастание эффективности деятельности за счет соединения, интеграции отдельных частей в единое соединение» [8, с. 351].

Библиографический список

1. Грдзелидзе, Х. Д. Театр и шоу-бизнес / Х. Д. Грдзелидзе // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. — 2008. — № 55. — С. 71–77.
2. Каган, М. С. Системный подход и гуманитарное знание [Электронный ресурс] / М. С. Каган. — Режим доступа : www.krugosvet.ru
3. Пронькина, А. В. Структурно-функциональные особенности массовой культуры как доминирующей формы бытия современной культуры / А. В. Пронькина // Вестник Рязанского гос. ун-та. — 2009. — № 3 (24). — 42 с.
4. Рабочая программа по дисциплине «Основы продюсирования для специальности 010404 (Организация работы с молодежью) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rudocs.exdat.com/docs/index-291804.html#9329045>
5. Третьякова, О. В. Современный словарь шоу-бизнеса в структурно-семантическом и функциональном аспектах : дис... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. В. Третьякова. — Вологда, 2005. — 292 с.
6. Трофимович, Б. Т. Динамические объекты. Определения, модели, структура, свойства [Электронный ресурс] / Б. Т. Трофимович. — Режим доступа : http://model.exponenta.ru/bt/bt_00414_Din_Obj_1.htm#L011
7. Тульчинская, Г. Л. «Маркетинг и массовая культура» [Электронный ресурс] / Г. Л. Тульчинская. — Режим доступа : <http://www.toulchinsky.narod.ru/stati/020/020.htm>
8. Сарыбеков, М. Словарь науки. Общенаучные термины и определения, науковедческие понятия и категории : учеб. пособие / М. Сарыбеков, М. Сыдыкназаров. — Изд. 2-е, доп. и перераб. — Алматы : «Триумф Т», 2008. — 504 с.
9. Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В.М. Чижиков, В.В. Чижиков. — Допущено Министерством образования Российской Федерации в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений по специальности «Социально-культурная деятельность» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1097712>

Кошетарова Л.Н.

Koshetarova L.N.

САМОРЕКЛАМА КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ
ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ

SELF-PROMOTION AS A FORM OF HUMAN NATURE

В статье предложен опыт исследования феномена рекламы в аспекте сравнительно нового направления современной философской мысли — «эстетической антропологии». В центре рассмотрения находится самореклама, которая представлена автором как одна из форм проявления сущностных характеристик человека.

Ключевые слова: человек, реклама, самореклама, эстетическая антропология, антропологический подход, демонстративная самопрезентация.

This paper proposes the research experience of the phenomenon of advertising in terms of the relatively new field of philosophical thought — «aesthetic anthropology».

In the center of consideration is self-promotion, which is presented by the author as one of the manifestations of the essential characteristics of a person.

Keywords: people, advertising, self-promotion, aesthetic anthropology, anthropological approach, demonstrative self-presentation.

Становление рекламы как явления культуры неразрывно связано с постоянно изменяющимися процессами в развитии человечества. Обусловленные потребностью первобытного общества в закреплении и передаче совокупного духовного опыта компоненты «проторекламы» [9] зарождались в процессе формирования и развития у человека эстетических чувств и эстетической деятельности. Первобытный человек воспринимал наглядные, чувственно-конкретные формы предметов и явлений окружающего природного мира как полные смысла знаки и символы, которые несли ему новые впечатления и переживания, поэтому и внешний вид первобытного человека представлял собой некую проекцию смыслов, чувств и переживаний его внутреннего мира.

Эстетическую деятельность, сопутствующую преобразованию формы, часто называют «украшением», представляющее собой целенаправленную знаково-символическую имитацию эмоционально на-

сыщенных фрагментов практики «в теле» социально значимых вещей и процессов [3, с. 63]. Одним из центральных объектов украшения в первобытном обществе выступал сам человек (точнее, его лицо и тело). Психологической подоплекой такого стремления к украшательству, — считает А.П. Воеводин, — служила «врожденная» и при жизни развивающаяся потребность человеческого организма в эмоциональном насыщении. Эстетическое оформление собственного тела стало для первобытного человека «способом трансформации биологических эмоций в социальные, преобразования биологических инстинктов в стимулы социальной активности — типические и всеобщие человеческие чувства». Так обнаруживался биологический источник культурно-антропологической основы деятельности людей по эстетическому оформлению собственной жизни, а именно «самоузнавание-любование» и многократное «повторение-удвоение» человеческой чувственности [3, с. 66–68].

Осуществляя процесс демонстративной самопрезентации первобытный человек «вылепливал» свой образ, украшая свое тело красками, татуировками и шрамами. Изначально это было связано с тем, что в условиях первобытной коммуникации от людей требовалось безошибочно различать своих соплеменников, чему служило максимально наглядное, броское (сигнальное) обозначение их принадлежности и социальных ролей. Первобытную демонстративность К.Г. Юнг называл самоидентификацией — рациональным или интуитивным отнесением человека к тому или иному сообществу, статусу или социальному рангу. «Благодаря особенности внешних знаков, — писал он, — создается отграниченность индивидуума. Таковыми и подобными средствами дикарь производит вокруг себя оболочку, которую можно обозначить как персону» [12, с. 207].

Параллельно с самоидентификацией индивидуумов все более ревностно начинает охраняться и отграниченность племенных (родовых) сообществ, которые стремились отличаться друг от друга одеянием, прической, раскраской тела, специфическими украшениями и орнаментом на орудиях труда, оружии, предметах обихода. Эстетическая часть первобытной культуры была достаточно самобытной и имела антропологически ограниченные объемы и распространение (о чем свидетельствуют родовая и племенная демонстративная символика — животные и растительные тотемы, орнаменты, клановые гербы, эмблемы, призванные охранять отграниченность отдельных первобытных сообществ). Тотемы, как значимые элементы проторекламы, играли существенную роль в консолидации архаических сообществ, их фигуры как бы «оконтуривали жизненное пространство человека» [10, с. 8]. Входящие в проторекламные комплексы символические и орнаментальные раскраски и татуировки, изображающие тотемных предков (защитников родоплеменной организации) представляли собой естествен-

но-историческую форму принадлежности человека к определенной общности.

Как правило, носителем особо значимой демонстративной информации в первобытном сообществе выступало именно тело человека. По этой причине проторекламу сравнивают с «антропотекстовой коммуникацией», которую первобытный человек всегда «имел при себе» [7, с. 11]. С помощью «антропотекстов» древние люди пытались выразить через свой внешний облик как коллективную принадлежность к определенному роду (тотемному клану), так и личные преимущества индивида перед другими соплеменниками (отличительные знаки вождя, охотника, жреца). Первобытный человек был неотъемлемой частью своего сообщества, в котором людьми считались только представители собственного племени, чужаки же, ведущие генеалогию от другого тотема, словно бы не относились к роду человеческому.

В антропогенезе человеческие качества определялись по принципу происхождения от женщины. До сих пор в некоторых самоназваниях в традиционных культурах люди обозначаются как «те, кто рождены женщиной» [1, с. 104]. Не случайно именно женщина являлась носителем татуировок, в которых содержалась значимая информация о принадлежности к определенному роду и клану тотема. Например, женщины племени гайда «имели на груди изображение головы и передних лап бобра, а на каждом плече — голову орла или буревестника; на предплечье и руках изображалась камбала, а на левой ноге — лягушка» [7, с. 11]. Из чего можно предположить, что через демонстративную символику человек идентифицировал себя со своим родом по признаку рождения от женщины (на теле которой изначально присутствовали тотемные изображения).

Неосознанная тяга к украшению своего тела тотемными символами способствовала согласованности коллективных форм совместной деятельности, усиливала социальную активность первобытных людей и повышала их чувственно-эмоциональный тонус. Полноправный член архаичного сообщества как бы растворялся в нем, представляя собой некое «коллективное лицо». Но уже в это время индивидуальной безликости человек пытался найти себя. Именно через проторекламные приемы демонстрации и самопрезентации, посредством эстетических особенностей раскраски и татуировки своего тела, придания символических значений прическе, одежде, украшениям, происходил процесс постепенного отделения человека от природы и первобытного сообщества, самопознания и осмысления им своей индивидуальной собственно человеческой сущности.

Постепенно инстинктивное желание первобытных людей отметить себя как членов одного сообщества с помощью разнообразных знаковых средств перерастает в намеренное. Демонстративное предъяснение соплеменникам своего отличия от других способствовало образо-

ванию одной из наиболее распространенных форм «проторекламного знакового комплекса» — саморекламы. Согласно А.Н. Лебедеву-Любимову, самореклама является одним из наиболее распространенных и наиболее древних видов рекламной деятельности. С глубокой древности повсеместно полагалось выделять фигуры правителей и их приближенных из «простых смертных». Престижная протореклама представляла собой особый знаково-символический комплекс, призванный создавать мистический ореол вокруг фигуры правителя, обеспечивающий ему благоговение подданных. «Древние художники, умелые оружейники, удачливые охотники, шаманы <...> составляли особую категорию авторитетных членов племени, отличную от остальных. Они осознавали свою исключительность, и это было также одним из мотивов, побуждавших этих людей постоянно совершенствовать свое мастерство, которое закреплялось и передавалось новым поколениям» [5, с. 77].

Первобытная самореклама способствовала индивидуализации человека, позволяла ему компенсировать недостатки грубой физической силы, формировала условия для развития индивидуальности, а затем и личности (т. е. способствовала постепенному осознанию человеком своих отличий от других людей, своей уникальности, своего «Я»). При этом саморекламе, как явлению осуществляющему искусственное (знаково-символическое) воспроизведение человеческих эмоций, была свойственна тесная связь с мифами, магией и первобытным искусством.

Стремление самовыразиться, привлечь внимание, поразить необычностью, выделиться, доминировать, целенаправленно воздействовать друг на друга было присуще человеку на всех этапах его развития. Занимаясь саморекламой, человек стремился решить следующие задачи [5]: во-первых, выделиться среди тех людей, которых он оценивает как равных себе; во-вторых, представить себя как человека, равного по статусу тем, кто достиг какого-либо значимого успеха, и возможно, даже является законодателем некоей социальной нормы поведения; в-третьих, продемонстрировать себя в наиболее выгодном свете, создать достойный образ, понравиться окружающим, иногда несколько преувеличивая свои возможности.

Что же представляли собой формы самовыражения человека? В проторекламной демонстрации можно выделить несколько функций: охранную (амулеты, обереги, тотемы); производственную (авторские метки, знаки собственности); социально-политическую (внешняя демонстрация лидерских качеств для достижения социального престижа и власти). Изначально саморекламе было свойственно осязаемое наглядное воплощение символа (тотема, татуировки, раскраски). Предмет внешней демонстрации был эмпирическим (например, подчеркивание качеств бесстрашного охотника, воина), форма воплощения — предметно-символическая (военные и охотничьи трофеи, шрамы

на теле). Позднее, с освоением человечества орнамента и рисунка, к предметным символам присоединяются изобразительные, несущие большую сакральную смысловую нагрузку. Так появляются сакральные символы царского достоинства и власти: особые татуировки, специальная одежда, украшения и атрибуты.

В эпоху расцвета античных полисов появляются первые варианты светской символики. Подобно проторекламным символам, они также имеют установку на демонстративность, но тело человека уже не является их носителем. В антрополого-эстетическом измерении проторекламные символы в буквальном смысле отделяются от человеческого тела, что дает жизнь первым отдельно стоящим рекламным формам. Демонстративная и политическая реклама, создающая некий ореол вокруг фигур правителя или героя, теперь реализуется в архитектурных (трофейные сооружения, стеллы и столбы с надписями) или скульптурных формах (политическая скульптура, скульптурные портреты). Так, по свидетельству Диогена Лаэртского, Деметрию Фалерскому, правителю Афин в 317–307 гг. до н.э., граждане при жизни воздвигли 360 статуй. В период античности также «стало обыкновением для тщеславных граждан самим себе возводить статуи за собственные деньги» [9, с. 45–46].

Значение демонстративной самопрезентации для античного человека заключалось в том, чтобы позиционировать себя (свои качества, принадлежность к определенной социальной группе и т. д.) во всем своем духовно-телесном единстве. Уже не сам человек (тело), а его оболочка (образ тела) становятся носителями значимой культурной информации. Статуарные фигуры античных правителей, военачальников, политиков отличаются (подобно богам) гармоничным телесным совершенством, в котором объективируются «важнейшие достижения, ценности и идеалы на своем пути к гармонии человеческого мира и прежде всего в гармонии социума» [11, с. 44]. При этом через скульптурное уподобление происходит «втягивание» в индивидуально представленное человеческое бытие значимых социальных качеств всего античного общества. В демонстративных формах саморекламы, представленных скульптурами известных граждан, антропометрически обнаруживаются не только их личный героизм, величие, мудрость или сила, но и присущее всей античной эпохе состояние гармоничного равновесия, соразмерности, самодостаточности, уважения к своим изначальным телесным формам.

В Средневековой культуре вновь наблюдается возрастание значимости проторекламных символов. Основой средневековой саморекламы становится рыцарская и ремесленная геральдика. Широкое распространение рыцарских гербов исследователи связывают с первыми крестовыми походами, в которых возникла необходимостью различать родовитость, ранг и статус закованных в броню крестоносцев. Рыцарские (родовые) гербы составлялись в совокупнос-

ти строгих правил трактовки смысла применяемых символов и с учетом прав владельца на те, или иные изображения. Еще одной значимой формой групповой саморекламы становятся ремесленные эмблемы средневековых мастерских (меч у гильдии оружейников, головной убор у цеха шляпников или же просто иконный лик святого — покровителя того или иного цеха).

В формах саморекламы раннего и развитого Средневековья нет ничего чувственного, т. к. она вбирает в себя культурную среду, отличную от природных (телесных) форм. Рыцарь или ремесленник предстает как смертное, греховное создание, всецело зависимое от воли Бога. Во всех своих демонстративных проявлениях (рыцарской геральдике, торгово-ремесленной эмблематике, религиозных и цеховых шествиях, рыцарских турнирах) рекламные формы буквально олицетворяют могущество Бога и церковной власти. Поэтому, хотя в средневековом обществе еще сохраняется включенность человека в систему общинных связей и продолжает доминировать регламентация поведения, господство традиций и обычаев, здесь уже нельзя говорить о полном слиянии человека с общностью.

При переходе к капитализму разрыв общинных связей становится все более заметным, что способствует освобождению человека от отношений личной зависимости. Преодолевая прежние формы социальности, капитализм формирует не только новый тип социальных связей (т. н. вещные отношения), но и нового (буржуазного) индивида, потенциально способного к безграничному развитию своих способностей и потребностей.

Что касается форм саморекламы, то они серьезно видоизменяются. Индустриализация стимулирует переселение людей в города, что делает их жизнь более анонимной. В этой ситуации обозначить свой социально-экономический статус можно было лишь через демонстративное потребление. Для человека, презентующего себя обществу, становится важным произвести впечатление не за счет проявления каких-либо ярких личностных качеств, а с помощью демонстрации реального или показного богатства. Наиболее ярко показное потребление проявилось в период первоначального накопления капитала. Человек, способный удовлетворить все свои природные потребности, помимо этого жаждет признания, зависти окружающих и уважения. В основе этого желания лежит извечная страсть людей к соперничеству, достижению победы в игре, разновидностью которой и является показное потребление.

В показном расточительстве крупных магнатов Т. Верблен — автор труда «Теория праздного класса» — усматривает способ сохранения и утверждения их социального престижа. «На протяжении всей эволюции демонстративного расходования очевидным образом подразумевается, что для того, чтобы сохранить добрую славу потребителя, его демонстративное расходование должно быть направлено

на излишества. Чтобы приносить почет, оно должно быть расточительным» [2, с. 130]. При демонстративном потреблении в качестве саморекламы выступает не столько дорогая вещь или услуга, сколько отражение этого престижного расточительства в глазах окружающих (т. к. люди судят друг о друге по отдельным штрихам, которые нередко являются сознательно сконструированными символами в виде утонченного стиля потребления или использования престижных вещей).

Однако отчужденный от человека мир вещного богатства не столько способствовал формированию фигур крупных магнатов и промышленников, сколько множил ряды обывателей-потребителей, подражателей, которые путем престижного потребления и праздного времяпрепровождения демонстрировали мнимое богатство и возможность жить за счет других. Так общественные отношения лиц постепенно трансформировались в общественные отношения вещей (показного богатства), а мощь человека как фигуры и личности — в некую вещную мощь.

В той или иной мере тенденция к показному потреблению характерна для всех эпох. Престижная самореклама наших дней по форме остается тем же явлением. От саморекламы предшественников она отличается лишь по содержанию: если в древние времена люди сами изготавливали то, что выступало средством их саморекламы, в Средние века этим занимались талантливые профессионалы-ремесленники, то сейчас атрибуты престижного потребления создаются с применением сложных промышленных и компьютерных технологий. В обществе XX века идеология буржуазной конкуренции повсеместно отступает перед «философией» личностного самосовершенствования, согласно которой индивиды самореализуются в своем потреблении (каждый сам по себе).

Практически каждый нормально развивающийся, активный, социально ориентированный человек «старается продемонстрировать окружающим свою индивидуальность, показать, что он незаурядная, уникальная личность, обладающая чувством собственного достоинства» [5, с. 59]. Наиболее честолюбивыми и тщеславными являются представители некоторых социальных групп: творческие люди (богема), известные актеры, спортсмены, участники массовых шоу, а также группы молодых людей, стремящихся доказать свое право «на личное мнение». В основе действий современного человека по самовыражению и саморекламе, как и в глубокой древности, лежит ориентированность на социальные оценки, желание быть лучше (или, хотя бы, не хуже других), честолюбие, тщеславие и социальное сравнение. Людям нравится, чтобы на них обращали внимание, и они стремятся к этому. Все безумные рекорды, суть которых самовыражение и самореклама, заносятся в книгу рекордов Гиннеса и другие подобные издания.

Цивилизация XX века полностью разорвала связь человека с сакральным миром сверхценностей. Он утратил духовное благообразие в угоду чувственности и внешнему блеску. Чтобы произвести устойчивое впечатление на окружающих, эффектно и выигрышно подавать себя в различных ситуациях человек создает себе индивидуальный стиль и неповторимый образ, включающий в себя дорогую одежду, стильную прическу, модные аксессуары, электронные гаджеты, автомобиль. Демонстративная самореклама — это текст, состоящий из особых символов (сознательно сконструированных знаков), это потребление, которое осуществляется в значительной мере ради его раскодирования окружающими. Поэтому люди часто приобретают товары не по их прямому назначению, а непосредственно для саморекламы (чтобы создать возможность рекламных воздействий на значимых для него людей).

С началом XXI века демонстративное потребление не утратило своих позиций, но наступило время потребления не столько товаров, сколько информации. Основными характеристиками человека начала третьего тысячелетия становятся не только гедонистические ценности, но и свобода личности, уважение инакомыслия, раскованность, юмор, искренность, психологизм, свобода мнений. Происходящая в мире информационная революция и создаваемая ею техника рождает новые формы демонстративной саморекламы, из которых наиболее популярной является самореклама в сети Интернет. Всемирная паутина буквально опутала современного человека: он учится, лечится, знакомится, ищет ответы на все вопросы в Сети.

Личные «странички» в Интернете на сегодняшний день являются не просто рекламной площадкой, но и отличным способом самовыражения — ярмаркой тщеславия, где люди пытаются быть не теми, кем являются на самом деле или просто быть «не хуже», чем другие [8]. Используя социальные сети, люди создают свой идеальный виртуальный образ или придумывают о себе красивую легенду. По фотографиям, размещенным в социальных сетях (Facebook, Twitter, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники и т.п.), можно судить об интересах человека: машины, путешествия, семья, друзья, домашние животные и прочее. Фотографии, демонстрирующие внешние атрибуты успеха и благополучия, говорят об образе жизни и характере человека.

На смену поколению Пепси пришло интернет-поколение (i-поколение), основными приоритетами которого становятся «тотальный иронизм, снижение аксиологического пафоса, размывание четких социальных и стилевых границ, постоянные поиски нового [4, с. 70–71]. Жизнь современного человека уподобляется игре его культурных реальностей и социальных статусов (переодеванию масок), при этом личная субъективность индивида предстает столь же изменчивой, сколь изменчивой является и сама виртуальная реальность. Поиски современным i-поколением своей новой идентичности и ин-

дивидуальности, по словам Ж. Липовецки, влечет за собой перерождение субъекта и возникновение нового антропологического типа — новой личности со своим субъективным своеобразием и неповторимостью, с правом жить свободно, не подвергаясь принуждению, самому выбирать свой способ существования [6, с. 20–21].

Таким образом, формы саморекламы прошли путь от «проторекламных» знаков отличия и натуралистического демонстрирования власти до «престижного потребления» и виртуального самоконструирования своего образа. Посредством различных демонстративных форм: символических раскрасок и татуировок своего тела, подвигов ради славы, увенчанных триумфальными арками, показной, лишённой всякого рационального смысла, роскоши аристократии, осуществлялся процесс постепенного самопознания и осмысления человеком своей индивидуальной собственно человеческой сущности. Современные (виртуальные) формы саморекламы являются новым способом самовыражения своеобразия и неповторимости человеческой личности, способствуя реализации ее бесконечной подвижности, вариативности и многоликости.

Библиографический список

1. Борко, Т. И. Антропологические характеристики первобытного искусства. Интерпретация в аспекте самопознания / Т. И. Борко // Эстетическая антропология. — Тюмень : Вектор Бук, 2007. — С. 100–110.
2. Верблен, Т. Теория праздного класса : экономическое исследование институций / Т. Верблен. — Москва : Прогресс, 1984. — 367 с.
3. Воеводин, А. П. Эстетическая антропология : монография / А. П. Воеводин. — Луганск : РИО ЛГУВД им. Э. А. Дидоренко, 2010. — 368 с.
4. Дробышева, Е. Э. Поколение как фактор культурной архитектоники / Е. Э. Дробышева // Вопросы культурологии. — 2013. — № 10. — С. 67–71.
5. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. — Санкт-Петербург : Питер, 2007. — 384 с.
6. Липовецки, Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / Ж. Липовецки. — Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2001. — 331 с.
7. Музыкант, В. Л. Реклама в действии : история, аудитория, приемы / В. Л. Музыкант. — Москва : Эксмо, 2006. — 240 с.
8. Соцсети — ярмарка тщеславия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://news.ru/news/2013/socseti-yarmarka-tshheslaviya/>
9. Ученова, В. В. История рекламы / В. В. Ученова, Н. В. Старых. — Санкт-Петербург : Питер, 2002. — 304 с.
10. Щербинин, М. Н. Фигуративность социальности : эстетико-антропологический поиск / М. Н. Щербинин // Вестник ТюмГУ. — 2011. — № 10. — С. 6–15.
11. Щербинин, М. Н. Эстетическая антропология : предмет, метод, проблематика / М. Н. Щербинин // Эстетическая антропология. — Тюмень : Вектор Бук, 2007. — С. 10–70.
12. Юнг, К. Г. Психология бессознательного / К. Г. Юнг. — Москва : Когито-Центр, 2006. — 352 с.

Семешко Н.А.

Semeshko N.A.

ВОПРОСЫ ВОСПИТАНИЯ ВЫПУСКНИКА
ТВОРЧЕСКОГО ВУЗА,
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО
НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ТРУДА

— ❦ —
THE EDUCATION OF THE GRADUATE
CREATIVE UNIVERSITY COMPETITIVE
ON THE INTERNATIONAL LABOUR MARKET

Статья раскрывает проблему конкурентоспособности выпускников творческих вузов. Методы и способы приобретения новых компетенций, оценочные критерии конкурентоспособности.

Ключевые слова: *проблема, творческий потенциал, компетенции, конкурентоспособность.*

The article presents the problem of graduates' competitiveness in institutes of higher education. Methods and ways of new competences acquisition, evaluation criteria of competitiveness.

Keywords: *problem, creative potential, competences, competitiveness.*

Огромные социально-экономические и политические преобразования, происходящие в мире, затрагивают сферу культуры и искусства, а также профессиональное художественное образование. Поэтому автор статьи обращает особое внимание на эти изменения и новые концепции образования, отражающие современные требования к творческой личности, ее профессиональным качествам, знаниям и умениям. Отмечает, что такие подходы заложены в концепциях творческих вузов, которые ориентируются на формирование у студентов новых компетенций (когнитивных, коммуникативных, информационных) определяющих постоянное стремление к совершенствованию, к способности оценить свою деятельность. Формирование таких компетенций:

а) когнитивных (размышление для себя, практический интеллект, анализ проблем, логические рассуждения, навык планирования);

б) коммуникативных (*лингвистическая* (языковая) компетенция — владение знанием о системе языка, о правилах функционирования единиц языка в речи и способность с помощью этой системы

понимать чужие мысли и выражать собственные суждения в устной и письменной форме;

в) *речевая* компетенция — знание способов формирования и формулирования мыслей с помощью языка, а также способность пользоваться языком в речи;

г) *социокультурная* компетенция — знание учащимися национально-культурных особенностей социального и речевого поведения носителей языка: их обычаев, этикета, социальных стереотипов, истории и культур, а также способов пользоваться этими знаниями в процессе общения;

д) *социальная* компетенция — желание и умение вступать в коммуникацию с другими людьми, в способности ориентироваться в ситуации общения и строить высказывание в соответствии с коммуникативным намерением говорящего и ситуацией;

е) *стратегическая* (компенсаторная) компетенция — с помощью которой учащийся может восполнить пробелы в знании языка, а также речевом и социальном опыте общения в иноязычной среде; дискурсивная компетенция означает способность учащегося использовать определенные стратегии в учебно-профессиональной сфере общения — доклад, сообщение, обсуждение, расспрос и др;

ж) предметная компетенция — способность ориентироваться в содержательном плане общения в определенной сфере человеческой деятельности.

Информационная компетенция является одной из ключевых компетенций и включает в себя множество составляющих ее знаний, умений, навыков деятельности по отношению к информации, в том числе и владение современными средствами информации (компьютер, принтер, модем и т.д.) и информационными технологиями (аудио- и видеозапись, электронная почта, интернет) [2, с. 103].

Для будущего профессионального музыканта исключительно важное значение имеет также профессиональная компетенция, приобретаемая в ходе обучения. Она обеспечивает способность к успешной профессиональной деятельности и включает: знания, умения, личностные качества [1, с. 93].

Естественно, что не каждый выпускник творческого вуза может обладать этими компетенциями, так как поступают абитуриенты разной степени одаренности и подготовленности. Поэтому развитие и обучение каждого студента проходит индивидуально и результат различен. Цель — достигнуть наиболее полного овладения этими компетенциями. Существует актуальность проблемы формирования профессиональной компетенции как способности российских студентов к высокопрофессиональной художественной деятельности на основе присвоенных ими знаний и приобретенных в ходе обучения профессии умений и навыков. Основой современного образования студента-музыканта является не только комплекс природных дан-

ных, но и достижение успеха в условиях конкуренции на основе профессиональных знаний, умений, навыков и мобилизации ресурса индивидуально-личностных качеств. Музыкальное искусство включает в себе огромные потенциальные возможности (воспитательные, развивающие, просветительские и т.д.) открытия тем и ценностей искусства, осознания себя в искусстве и своего места в жизни, соответствия уровня развития потенциала выпускника, способного обладать всеми критериями современной конкурентной борьбы. Существующая проблема — слабая подготовленность будущих специалистов к самовыражению в новых условиях, что снижает уровень конкурентоспособности выпускников высших учебных заведений на рынке труда не только международном, но и отечественном. В настоящее время работа учреждений должна быть нацелена в первую очередь на улучшение качества своих образовательных услуг, и ориентироваться не на спрос со стороны абитуриентов, а на спрос высококвалифицированных специалистов на рынке труда. Если на это не обращать самого серьезного внимания, то это может привести к выпуску неконкурентоспособных специалистов. Стремление многих продвинутых российских студентов творческих специальностей получить профессиональное образование в зарубежных высших музыкальных учебных заведениях, их желание приобщиться к традициям итальянской, немецкой, французской академической школы. Вокалисты мечтают познакомиться с Миланской, Флорентийской, Неапольской вокальной школой, обучиться ее приемам и технологиям, попасть для продолжения своего образования в страну, где зародилось оперное искусство. В последнее десятилетие все больше за рубеж уезжают учиться молодые музыканты из России, к счастью это стало доступным и реальным. Состав учащихся известнейших консерваторий за рубежом многонационален, что говорит о признании и авторитете этих школ, о бережном сохранении ими традиций. Многие российские выпускники мечтают о продолжении обучения или стажировке у великих мастеров, но здесь возникает вопрос адаптации их к современной жизни, они должны обладать знаниями, умениями, навыками. Выпускники должны прекрасно знать язык, на котором они будут обучаться, культуру и историю страны, а иначе они не смогут в совершенстве овладеть профессией. Самое ценное при обучении это приобретение профессиональных навыков и умений в условиях поликультурной образовательной среды, в ситуации диалога культур, так как учащиеся приехали из разных стран мира, они являются носителями разных культур. Иностранцы студенты — это показатель востребованности, престижности вуза в мировом образовательном пространстве. Поэтому вузы, участвующие в Болонском образовательном процессе, стремятся создать для таких студентов благоприятные условия. Но, тем не менее, не многие российские студенты особенно из про-

винций имеют достаточный уровень подготовки, способный выдержать конкуренцию на вступительных испытаниях [3, с. 207].

Считается, что уровень подготовки выпускников вузов зависит от материально-технической, научной, информационно-методической базы, также от преподавательского потенциала, что наиболее важно. Для успешной подготовки выпускников, учебные заведения, должны иметь общую модель конкурентоспособного выпускника, оценочные критерии конкурентоспособности, с учетом специфики его будущей профессии. Изучить требования работодателей. Важным фактором является поддержка вузов со стороны региональных органов власти в плане развития академического сотрудничества, расширение взаимодействия с вузами, системы обмена студентами и преподавателями с крупнейшими зарубежными вузами, развитие благотворительной и спонсорской деятельности, предоставление материальной и финансовой поддержки учебным заведениям, стипендий, грантов, безвозмездных кредитов студентам, развитие системы практик и стажировок. Важны условия содержания и организации образовательного процесса, организация учебной, практической и воспитательной деятельности в вузе, организация и направление самостоятельной работы студентов, а также конкуренторазвивающая деятельность педагогов в процессе обучения. Все это в совокупности оказывает первостепенное влияние на развитие профессиональной конкурентоспособности выпускников. Профессорско-преподавательскому составу необходимо воспитать и закалить лучшие качества личности, востребованные в наше время, достичь высокого профессионализма, динамизма, коммуникативности и умение жить в поликультурном обществе, развить творческую индивидуальность. Именно такой выпускник сможет быть конкурентоспособным на мировом рынке труда и успешно вольется в национальный и мировой культурный процесс. Такие выпускники российских вузов формируют положительный внешний образ России, способствуя распространению идей гуманности, толерантности, взаимного уважения людей разных национальностей и культур.

Библиографический список

1. Бундина, Ю. М. Формирование профессиональной компетентности студентов-дизайнеров как педагогическая проблема // Ю. М. Бундина. — Вестник Оренбургского гос. ун-та, 2006. — Т. 1. — № 6. — С. 92–97.
2. Козлов, А. В. Конкурентоспособность выпускника вуза на рынке труда // А. В. Козлов. — Глобальный экономический кризис : реалии и пути преодоления : сб. науч. статей. — Санкт-Петербург : Ин-т бизнеса и права, 2009.
3. Ковалев, А. В. Развитие конкурентоспособности будущего специалиста — гарант качества профессионального образования // А. В. Ковалев. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.edu2.meks-info.ru — [tezis/520.doc](#)

Шацких Л.В.

Shatskikh L.V.

ПЛАКАТ ЭПОХИ МОДЕРНА

POSTER NOUVEAU

В статье рассматривается становление плакатного искусства в странах Европы на рубеже XIX–XX веков. Это был период модерна в искусстве западных стран. Обращается внимание на своеобразие национальных школ в искусстве плаката. Подчеркивается влияние плаката на повседневную жизнь человека эпохи модерна.

Ключевые слова: *модерн, плакат, стиль, графика, искусство плаката, декоративно-прикладное искусство, реклама.*

This article discusses the development of poster art in Europe at the turn of XIX–XX centuries. This was the period of modernism in the art of Western countries. Attention is drawn to the diversity of national schools in the art of the poster. Emphasizes the impact of the poster on the everyday life of the modern era.

Keywords: *art Nouveau, poster, style, graphics, poster art, decorative art, advertising.*

Современное зарубежное искусство плаката развивается в русле культуры постмодернизма, для которой характерно многообразие творческих экспериментов и авторских методов. Сегодня плакат является важным звеном в осуществлении эффективной межкультурной коммуникации.

Коллекции плаката имеются в крупнейших музеях и библиотеках. Театры часто выезжают на зарубежные гастроли со своими плакатами. В Европе постоянно проводятся международные выставки и конкурсы плаката. Номинация «плакат» присутствует в конкурсах графического дизайна и на многочисленных фестивалях рекламы, проводимых в разных странах мира.

В данной статье анализируется процесс становления плакатного искусства в контексте основных художественных тенденций, характерных для искусства эпохи модерна, определяется место плаката в социокультурной среде западного общества конца XIX — начала XX века.

Своим универсальным художественным рядом модерн охватил все разнообразие художественной жизни, включая архитектуру, жи-

вопись, графику, скульптуру, все виды прикладного искусства. Буквально все было пропитано духом модерна: литература, театр, музыка, хореография; он нашел отражение в типе мышления и стиле жизни, в моде и формах общения людей.

В рассматриваемый нами период получают широкое распространение новые формы промышленного, поточного производства, появляется промышленный дизайн, происходит масштабный процесс «массовизации» красоты, адаптация искусства к новым техническим возможностям.

В русле модерна произошло становление искусства плаката. Рекламный плакат в стиле модерна посвящен не только поточным художественным изделиям, созданным с использованием нового дизайна, но и различным артефактам искусства, театральным и оперным постановкам, художественно-промышленным выставкам, новому стилю жизни.

В декоративно-прикладном искусстве модерн совершил переворот, придав ему в духе своей эстетической программы исключительно художественное значение. Превращая повседневные предметы в произведения искусства, художники, работавшие в рамках нового художественного стиля, показали невиданный ранее пример успешного сочетания массового производства и столь же массовых продаж и творчества. Новый стиль заставил обратить внимание на конструктивную, технологическую сторону художественного творчества и по существу стал прообразом художественной индустрии середины XX века, когда творчество и технологии пошли друг другу навстречу.

Распространение нового художественного стиля изменило не только саму городскую культуру, но и образ жизни, что позволило репрезентировать новое мироощущение западного общества.

Процесс сближения искусства и промышленности так или иначе окрашивал все начинания модерна. Само рождение и массовое распространение плаката как одного из видов графического искусства во многом было обусловлено целым рядом причин и, в первую очередь, новшествами в типографской промышленности, и притоком в незнакомую для большинства художников сферу новых творческих сил. Плакат очень быстро определил свое «жизненное пространство» в реальной среде (улица) и возможности сотрудничества с другими видами искусства (театр, кино). Широкое распространение плаката в XIX веке открыло художникам-графикам совершенно новые перспективы.

С момента своего появления плакаты стали рупором модерна, его «визитной карточкой» главных стилевых поисков. Именно поэтому словосочетание «плакат модерна» стало таким устойчивым и распространенным, а время распространения и развития модерна называют — причем по отношению к различным национальным школам — «золотым веком» плакатной графики [1, с. 116].

Плакаты были настолько популярны, что когда на них начали появляться темы и мотивы модерна, художники были уверены в своей широкой аудитории. Эта аудитория помогла распространиться принципам модерна в странах Европы.

Уличная реклама рассказывала о велосипедах, корсетах, керосине, продуктах, сигаретной бумаге. Рекламные образы в большинстве своем были женскими, как и сейчас. Парижане шутили: улицы превратились в галереи. Никогда ранее в Париже не было такого количества художественных плакатов, как в начале века. Посетители всемирных выставок были подвергнуты интенсивному воздействию рекламы, призванной стимулировать сбыт продукции набирающей силу промышленности. Плакаты восхваляли все — от велосипедов и лекарств до ночных кафе.

Главная черта рекламного плаката модерна — повышенная выразительность, стремление «втянуть» зрителя в пространство рисунка, максимальная эстетичность, часто не соответствующая степени эстетичности рекламируемого товара. Так, реклама пива или стирального порошка в конце XIX века может быть так же красива, как реклама духов или шоколада.

Конец XIX в. — время настоящего плакатного взрыва. Плакаты множатся с невероятной быстротой, заполняют собой заборы и брандмауэры, специальные стенды или возятся по улицам на тележке. В это же время, они осознаются как своеобразные явления искусства: в разных странах Европы устраиваются специальные выставки плакатов и афиш.

Вместе с архитектурой и декоративным искусством плакат был настоящей лабораторией стиля модерн, где вырабатывались существенные особенности его визуального языка. Недаром к плакату обращались многие из основоположников или прямых предшественников стиля — архитекторы А. Ван де Вельде, Ч. Макинтош, Х. Гимар, И. Хоффман, графики О. Бердсли, Т.Т. Гейне и др.

Родиной современного плаката является Франция. Плакат привлекал художников, стремящихся к сильным выразительным средствам. С плакатом начали работать многие художники модерна.

Признанным «отцом плакатов» по праву считается французский дизайнер Жюль Шере (1836–1932). Он заработал эту репутацию, благодаря неиссякаемой творческой фантазии, роскошному стилю и потрясающей производительности. Творческая карьера Жюля Шере продолжалась с 1870-х годов до 1914 года, в течение которых он создал более 1000 плакатов [2, с. 76].

Именно он сформулировал основные принципы современного плаката — броскость, возможность воспринять изображение и текст «на ходу», лаконичность, концентрация внимания на крупной, яркой, бросающейся в глаза фигуре, и очень скупой текст, относящийся к предмету рекламы. Поскольку он понимал, что у плакатов

есть немало конкурентов в борьбе за внимание прохожих на улице, Шере предлагал использовать намеренно яркие изображения броских цветов с привлекательными образами. Его яркие работы с живыми и сексуальными образами были в числе первых, пробудивших во французской публике любопытство и страсть.

На рекламном плакате сигаретной бумаги «Джоб» обаятельная девушка кокетливо смотрит на зрителя и явно старается привлечь внимание. Необычный ракурс фигуры, демонстрирующей себя, был бы неуместен в живописи, а в плакате, главная задача которого — привлечь и запомниться, оказывается необходимым выразительным средством.

Большинство из этих красочных афиш содержат изображения летящих девушек, рекламирующих разные товары. Лишь на нескольких работах Шере персонажи твердо стоят на земле, все остальные парят в пространстве.

Женщины на плакатах Шере идеализированы, в отличие от тех представительниц полусвета, которых изображали современники Шере — Эдгар Дега и Эдуард Мане. Таких девушек, как на плакатах Шере, народ окрестил «шеретками», с намеком на несколько большую раскрепощенность, чем та, которая была присуща обыкновенным парижским женщинам того времени [3, с. 76].

Шере стоял у истоков современной рекламы, и ничто не ускользало от его внимания; он рекламировал мюзик-холлы, мыло, духи, керосин, книги, актеров, выставки, театральные маскарады и ледяные катки. В 1889 году Шере был удостоен ордена Почетного легиона за вклад в «создание нового направления искусства в результате применения художественных методов к коммерческой и промышленной печати» [4, с. 76]. Работа Шере проложила путь следующему поколению дизайнеров, и со стилистической, и с технической точки зрения.

Оригинальный стиль отличает работы другого известного французского художника Пьера Боннара (1867–1947). Стиль Боннара в Париже стал синонимом стиля модерн, о чем свидетельствует, например, знаменитый рекламный плакат «Французское шампанское» (1890). Боннар, используя модные изгибы ар нуво, создал обаятельный образ женщины с бокалом вина.

Известно, что увидев этот плакат, Тулуз-Лотрек решил также обратиться к искусству плаката. Анри де Тулуз-Лотрек, несмотря на то, что он сделал на своем веку не так уж много плакатов, оказался самым совершенным и артистичным в сфере плаката. Его плакаты посвящены большей частью постоянным персонажам его искусства, танцорам и певцам парижских кабаре, завсегдаем которых был художник. Образы Ла Гулю и Валентина, Жанны Авриль, Аристида Брюана, уже отточенные в его живописи и графике, обобщались в плакатах до степени лаконичной графической

формулы. Композиция этих плакатов часто строится парадоксально — на резких стыках фрагментарно и крупно взятого переднего плана с дальним, на сочетании острых ракурсов с плоскостностью цветных силуэтов. В их изысканной колористике и отточенной линейности контуров ощущаются жадно осваиваемые искусством постимпрессионизма и модерна уроки японской гравюры.

Шрифт, выдержанный в том же ритме, свободный и небрежно текучий, органично включен в композицию. Здесь многое предвещает (или даже начинает собой) складывающийся в эти годы стиль модерн — и сам факт обращения живописцев к искусствам, непосредственно вторгающимся в повседневную жизнь, преобразующим и формирующим современную городскую среду, и напряженная структура плоскостного изобразительного пространства и, наконец, изощренная графичность, до манерности острая подвижность линий и силуэтов. Все эти качества очень быстро оказываются всеобщим достоянием, живым языком не одного только прирожденного и великого плакатиста, но языком улицы, подхваченным и распространенным массой умелых и часто талантливых плакатистов-профессионалов.

В плакатах французского художника швейцарского происхождения Теофиля Стейнлена (1859–1923) не встретишь ни вымышленных персонажей, ни преувеличенной декоративности. Жизненность ситуаций, типичность образов, сюжетность сближают плакаты мастера с его станковой графикой. Но ни один лист, тем не менее, не кажется увеличенной литографией: из арсенала ее выразительных средств художник выбирает только те, которые превращают плакат в совершенно особый жанр искусства графики. Он уделяет большое внимание деталям, нередко доверяя именно ей свою главную мысль, отказывается от дробности формы, трактует массы большими заливками цвета. В рекламе горячего шоколада («Chocolate de la Compagnie Francaise») он изображает свою жену, очаровательную дочку и кошку. Крупным планом, в реалистической манере нарисована семья за завтраком. С необычайной теплотой художник изображает атмосферу семейного счастья, а шоколад становится неотъемлемой частью *dolce vita* — сладкой жизни. Одной из лучших его работ, снискавших ему большую популярность, — это рекламный плакат «Стерилизованное молоко» для молочного магазина братьев Килло, на котором изображена дочь Стейнлена — Колеетт. Девочка пьет молоко, а расположившиеся у ног кошки усиливают ощущение домашнего уюта. Ярко-красное платье Колеетт привлекает внимание, а сюжет вызывает умиление и симпатию.

Поль Бертон (1872–1909) был главным образом автором декоративных панелей, чрезвычайно популярных во Франции в конце XIX века. Из всех художников стиля модерн творчество Бертонна было наиболее легким и сказочным: такого эффекта мастер достигал благодаря использованию очень светлых пастельных цветов и образов

отстраненных, задумчивых дев и нимф, которые населили его романтические пейзажи. Творчество Бертона находилось под сильным влиянием природного мира и Средневековья.

Многие художники видели в плакате новую художественную форму, а для таких художников, как Пьер Боннар и Анри де Тулуз-Лотрек, он стал одним из основных средств выражения. Тем не менее, именно плакаты Альфонса Мухи сегодня считаются наиболее ярким воплощением плакатного искусства модерна.

Чех по происхождению, Альфонс Муха (1860–1939) получил в Вене навыки художника-декоратора, а затем учился в мюнхенской Академии художеств. В 1887 году он приехал в Париж в поиске работы по иллюстрированию книг. Его появление на арене модерна произошло почти случайно, в Рождество 1894 года. Этим вечером Муха допоздна работал в типографии Шампенуа, когда выяснилось, что актриса Сара Бернар, заказавшая Шампенуа афиши для своего текущего спектакля «Жисмонда», была очень разочарована их дизайном. Муха предложил собственные услуги, и разработанный эскиз за одну ночь наделил до сих пор неизвестного художника нибом, который и сегодня позволяет говорить о нем как об одной из крупных фигур в искусстве рубежа веков. Этот плакат для «Жисмонды» — пьесы Викторiena Сарду (1831–1908) — привлек своим драматизмом огромное внимание и восхитил Сару Бернар до такой степени, что она предложила Мухе заключить специальный контракт на последующие годы [5, с. 91]. Все качества его новой афиши шли наперекор традициям — от высокого и узкого формата до мягкой цветовой палитры и включенных в фон декоративных элементов. С этой поры он стал ответственным не только за все плакаты актрисы, но и за сценографию ее спектаклей и костюмы. Отныне Муха был завален заказами на графические работы: рекламные плакаты, календари, ресторанные меню, обложки журналов и декоративные панно. Вследствие всего этого и, конечно, благодаря своему огромному таланту, Муха вырос до одного из самых творчески одаренных художников модерна.

Альфонс Муха создал новый плакатный стиль, который так и назван «le style Mucha» — «стиль Мухи». Истинным украшением каждого плаката были романтизированные женские образы, сам же товар фигурировал в рекламе весьма опосредованно. Альфонс Муха выполнял заказы на рекламу алкогольных и безалкогольных напитков, сладостей, детского питания, а также сигаретной бумаги, типографий и железнодорожных компаний, новомодного изобретения — велосипедов. В рекламных плакатах художник пропагандирует новый идеал красоты — женщину-загадку, роковую и мечтательную. Этот образ вызывает восхищение, а декоративность исполнения привлекает внимание. Известный плакат, заказанный производителем велосипедов «Перфекта» («Perfecta»), кажется фраг-

ментом большой композиции. Молодая женщина, грациозно опираясь на руль, смотрит на нас, а движение передают развевающиеся от ветра волосы. Зритель видел женщину, которая не хочет больше день за днем сидеть дома и воспитывать детей; она занимается спортом, ведет активный образ жизни. Так реклама способствовала изменению общественных норм и воззрений.

Но чаще всего в своих работах Муха использовал далекие от земных подробностей образы. Фантазией художника был создан женский образ-тип, внешняя сдержанность которого контрастировала с беспокойным движением линий и масс одежды, волос, фона. Его грациозные дамы — аллегории времен года, красоты, гармонии, мечты, упоения, свободы... Альфонс Муха был одним из тех мастеров, кто поднял афишу и плакат на уровень настоящего искусства. Он достиг этого, предъявляя столь же высокие требования к своим афишам и декоративным композициям, какие предъявлял к живописи.

Его оригинальная и стилизованная интерпретация традиционного женского образа удовлетворила потребность общества в новых волнующих формах, поскольку жесткие викторианские подходы сменились свободными экспериментальными способами выражения.

Стиль Мухи стал настолько популярным, что типография требовала от художника создавать все больше и больше изображений, чтобы удовлетворить возрастающую потребность публики в красивых женских образах с волнистыми, образующими декоративный узор волосами. Его изображения продавались почти сразу, как только были напечатаны. В число самых популярных работ Мухи входили несколько серий, каждая из которых состояла из четырех литографий: «Времена года» (эта серия стала настолько популярной, что Муха менял ее дизайн три раза, в 1896, 1897 и 1900 годах).

Парижский стиль плакатов в стиле модерн распространился на Брюссель, где работал последователь Мухи Приват-Ливемон. Хотя этого художника часто сравнивают с Мухой, его стиль был вполне индивидуальным. Его характеризуют образы красивых женщин с пышными волнистыми волосами, изящные формы и орнаментация. Приват-Ливемон использовал палитру с преобладанием зеленых тонов и выделял основные объекты при помощи белого контура.

Бельгийский художник Анри Менье вышел из художественной семьи. Его отец был известным художником, а его дядя считался одним из самых значительных бельгийских скульпторов. Рекламный плакат кофейной фирмы «Раджа» является шедевром графического дизайна в стиле модерн. На плакате изображен профиль женщины, которая вдыхает аромат кофе, исходящий из маленькой чашки в ее руках. Цвет, использованный для фона и шрифта, соответствует цвету рекламируемого продукта.

Простота и лаконичность плаката во многом обязана японским гравюрам на дереве, оказавшим на Менье сильное влияние. Палит-

ра ограничена несколькими цветами, что дает возможность зрителю оценить по достоинству красоту изогнутых линий и ассиметричной композиции. Автор уверен, что зритель оценит предполагаемый аромат и вкус кофе, и в этом есть нечто от стремления символистам подчинению наших чувств и разума эстетическим представлениям. Этот классический пример бельгийского плаката в стиле модерн считался в то время лучшей работой художника.

Происхождение итальянского плаката в стиле модерн можно связать с творчеством одного человека, Адольфо Хоэнштайна. Будучи художественным директором знаменитой итальянской типографии «Рихтер и К°», он мог не только печатать собственные шедевры, многие из которых были оперными афишами, но также помог заявить о себе ряду важных итальянских дизайнеров, например, Леопольдо Метликовицу, Францу Ласкоффу, Леонетто Капиэлло и Марчелло Дудовичу, Мануэль Ораци. В целом, итальянские плакаты не были столь сложно декоративны, как французские. Дизайн был простым (хотя ни в коем случае не примитивным), с элементами модерна, красиво объединенными с относительно реалистическими образами. Итальянские плакаты энергичнее и драматичнее, нежели их французские прототипы, палитра первых более скупа, однако их изящество и стиль свидетельствовали о переработке (хотя и основательной) французской модели.

Мануэль Ораци был уроженцем Рима. В 1892 году он уехал в Париж, где стал зарабатывать себе на жизнь иллюстрированием книг и журналов. В 1899 году он начинает работать для «La Maison Moderne» («Современный дом») — большого магазина, торговавшего мебелью, произведениями прикладного и станкового искусства. Художник главным образом известен как автор одного великолепного плаката. Он так и называется «La Maison Moderne» (1902). В нем Ораци отразил основные особенности стиля модерна. Изящный контур фигуры элегантной женщины, изображенной в профиль, подчеркивает изгиб спинки стула — его форма напоминает мебель бельгийца Анри ван де Вельде (1863–1957) и немца Бруно Пауля (1874–1968). В плакате «La Maison Moderne» Ораци показал себя замечательным рисовальщиком.

В 1906 г. в Милане открылась первая выставка рекламы. «Искусство и красота — писал журнал «Арте графика», — смогут улыбнуться массам, для этих безмянных масс художественная реклама сможет время от времени создавать иллюзию краешка неба» [6, с. 543].

В конце XIX века художники стремились сделать окружающую действительность немного прекрасней, подходя к созданию работ с эстетической точки зрения. В этом и заключается художественная ценность рекламных плакатов ар нуво.

Плакат — лишь одна из разновидностей печатной прикладной графики, активно развивавшейся и формировавшейся на протяже-

нии XIX — начала XX вв. Фабричные ярлыки, этикетки, а позднее — упаковки товаров, извещения о свадьбах и меню парадных обедов проходят путь от скупых, простейших, чаще всего наборных форм к декоративно-изобразительным (чаще всего, как и в плакате, этому служила литография), от черного рисунка — к цветному, обогащаемому порой тиснением и позолотой (это уже главным образом в конце XIX–XX вв.). А в стилевом отношении — от строгой классичности ранних образцов к многословной и дробной эклектике второй половины века, к бесчисленным произвольным стилизациям и, наконец, к модерну. Он входит в эту область в значительной степени в банально-упрощенной, схематизированной расхожей форме. В отличие от плаката «малой» прикладной графикой, сколько-нибудь серьезные художники, как правило, не занимались, зато нередко были работы наивного, по существу, лубочного характера.

Между тем, осваивая все новые сферы применения, разрастаясь количественно и обретая целенаправленную рекламную активность, эти виды вспомогательной, служебной графики все заметнее окрашивали собою бытовую среду.

На рубеже веков, в эпоху модерна, плакат стал формой бытования искусства. В наши дни прикладная графика во всех своих многочисленных разновидностях стала одним из наиболее массовых видов искусства, порожденных XIX веком. Она превратилась в неотъемлемую часть жизни современного человека. Принципы создания рекламных плакатов, выработанные в эпоху модерна, применяются и сегодня. Цвет и четкость линий по-прежнему имеют первостепенное значение для восприятия плаката «на ходу», а лаконичность и композиционная компактность остаются важнейшими элементами современной рекламы.

Библиографический список

1. Архитектура Финляндии [Текст] // Московский архитектурный мир. — Вып. 4. — 1915. — С. 110–122.
2. Асафьев, Б. В. Русская живопись. Мысли и думы [Текст] / Б. В. Асафьев. — Ленинград, Москва : Искусство, 1966.
3. Бабенчиков, М. В. Сергей Есенин. Встречи с прошлым. Сборник материалов Центрального государственного архива литературы и искусства СССР. — Выпуск 4 [Текст] / М. В. Бабенчиков. — Москва, 1884.
4. Бабурина, Н. И. Российский плакат : вторая половина XIX — начало XX века [Текст] / Н. И. Бабурина. — Ленинград : Художник РСФСР, 1988.
5. Барбэ д’Оревильи. Дэндиизм и Джордж Брэммель / пер. М. Петровского ; вступит. ст. М. Кузмина. — Москва : Альциона, 1912. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://dugward.ru/library/kuzmin/kuzmin_predislovie_k_knige_j_barbe.html
6. Бачелис, Т. Линии модерна и «Пизанелла Мейерхольда» [Текст] / Т. Бачелис // Театр. — № 5. — 1993. — С. 62–77.

РАЗДЕЛ III

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Черниева З.Л.

Chernieva Z.L.

СИМВОЛИЧЕСКАЯ ОБРАЗНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ
ТЮМЕНСКОМ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ

SYMBOLIC IMAGERY IN MODERN TYUMEN FINE ARTS

В статье рассматривается вопрос актуальности в современном изобразительном искусстве стилистики символизма на примере творчества тюменских художников рубежа XX–XXI веков. Выявлены такие аспекты взаимопроникновений и взаимовлияний как символизм-модерн, символизм — экспрессионизм, символизм-кубизм и т.д. А также особенности символической образности конца XX века, в эпоху постмодернистской полистилистики.

Ключевые слова: символизм, стиль, художественное направление, параллелизм.

The article considers the question of the relevance in modern art style of symbolism on the example of the Tyumen artists of the turn of XX–XXI centuries. Identified aspects of interrelationship and interferences as symbolism-Nouveau symbolism — expressionism, symbolism- cubism, etc. And also features symbolic imagery of the late twentieth century, in the era of postmodern polystylistics.

Keyword terms: symbolism, style, artistic direction, parallelism.

В настоящее время в культурологии и искусствознании обсуждается вопрос о параллелизме искусства рубежей двух эпох XIX–XX и XX–XXI веков. Наряду с такими определяющими духовную атмосферу факторами как интерес к индивидуальности, внутреннему миру человека, к вопросам веры, к мистике и оккультизму, имеет место и обращение к стилистике символизма, который доминировал в период рубежа прошлого и позапрошлого веков, и который в последние десятилетия вновь стал актуальным.

Вопросам символизма в современном искусстве посвящаются статьи, диссертационные исследования, конференции. В частности, в апреле 2012 года в Москве состоялась Международная научная конференция «Символизм как художественное направление: взгляд их XXI века», на которой ученые обсуждали различные аспекты символизма прошлых эпох и современности. Итоги этой конференции подвел М. Трехнин в аналитической статье «Московская рефлексия

символизма», в которой утверждается актуальность символизма в наши дни и острый интерес к символической образности предыдущих эпох: «По мнению Н.А. Хренова (ГИИ), символизм является открытой исторической системой, «незавершенным проектом». Это означает широкий исторический пробор к прошлому, настоящему и будущему». Это на наш взгляд, плодотворная позиция, ибо до сих пор идут оживленные споры о времени зарождения символизма, соотношении его этапов. Напомним и о перспективной для науки идеи Д. В. Сарабьянова о существенном влиянии символизма на все крупные художественные течения XX века» [2? с. 629].

Однако определить, что есть символизм, задача отнюдь не простая. Ведь искусство с древнейших времен оперировало символами, и в широком смысле всякое произведение искусства символично. Немаловажное значение имеет вопрос о том, в каких отношениях находится символизм с близким ему романтизмом, а также с другими направлениями. В чем суть, «корень» символизма? Каковы его мировоззренческие установки? На эти и другие вопросы в разное время пытались ответить философы, теоретики искусства, поэты и писатели. Один из самых значительных теоретиков символизма — Андрей Белый, сформулировавший весьма четкие и определенные ориентиры того, чем является символизм и что противоречит его духу.

Определяя символизм как выражение трагизма переломной эпохи конца XIX — начала XX веков, а также как бунт против узкого материализма и натурализма, А. Белый формулирует его главный мировоззренческий критерий: «Что движет новым искусством <...> или окончательная победа над смертью возрожденного человечества, или беспросветная тьма, разложение, смерть». Символисты, с точки зрения мыслителя, «решительные предвозвестники то жизни, то смерти, одни из них могут бороться с жизнью, другие со смертью, но и те, и другие ненавидят благополучную середину». И далее: «Воссоздавая полноту жизни или полноту смерти, современный художник создает символ; то, что заставляет сгущать краски, создавая небывалые жизненные комбинации, и есть *категорический императив* борьбы за будущее (смерть или жизнь). Людям срединных переживаний такое отношение к действительности кажется нереальным; они не ощущают, что вопрос о том «*быть или не быть человечеству*», реален [1, с. 256].

Символизм можно рассматривать в аспекте его отличия от реализма, но важно также осознать их близость. В создании образа художник — символист отталкивается именно от реального образа (и в этом смысле он близок реализму), но «художник не может не видоизменить самый образ видимости; ведь в образе том жизнь и смерть соединены; видоизмененный образ есть символ» [1, с. 256].

Все теоретики символизма, так или иначе, говорят об этом явлении как сложном, неоднозначном. У разных представителей симво-

лизма нельзя констатировать общность художественного языка: например, в изобразительном искусстве одни отдают предпочтение примитивистской стилистике, другие обращаются к декоративности, третьи воссоздают словно эфемерные, как бы полупроявленные образы мечты и грез. Но роднит эти зачастую полярные по средствам выразительности произведения выраженная художником-символистом мысль, что за видимым и осязаемым миром существует истинная реальность, идеально прекрасная, исполненная глубокого смысла. Постичь этот смысл обычному человеку не дано, но художник-творец имеет дар к нему прикоснуться и приоткрыть дверцу в эту потаенную реальность своему зрителю. «В символизме, как методе, соединяющем *вечное* с его пространственными и временными проявлениями, встречаемся с познанием Платоновских идей» [1, с. 246].

У В.Э. Борисова-Мусатова женские образы соединяют в себе черты жизненной конкретности и, одновременно, черты идеальной вневременности. В его «Изумрудном ожерелье» вереница почти бесплотных красавиц уподоблена круглой формы украшению, символически выражающего идею Вечной Женственности. Подобные же мотивы, но уже в других красках и формах, встречаем у П. Пюви де Шаванна, О. Редона и др.

При всем разнообразии средств выразительности у художников-символистов можно выделить еще одну важную характерную черту — музыкальность образа. «Не событиями захвачено все существо человека, а *символами иного*. Музыка идеально выражает символ...Символ пробуждает музыку души» [1, с. 246]. В любом произведении символизма «звучит» внутренняя музыка, которая проявляется в особых ритмах линий, цветовых пятен, игре пространственных планов. На рубеже прошлого и позапрошлого веков глубокие символические образы создали такие художники как П. Гоген, Г. Моро, М. Дени и др., в русском искусстве — М. Врубель, П. Кузнецов, К. Петров-Водкин и др.

В отечественном искусстве новая волна интереса к символической образности проявилась в конце XX века, когда после длительного периода искусства «социалистического реализма» с его идеологической направленностью, художники обретают возможность увидеть запрещенные к показу и лежащие в запасниках музеев произведения художников, далеких от натурализма. В тюменском изобразительном искусстве период «освоения» многочисленных «измов» начала XX века приходится на 80–90-е годы XX века. Не остался без внимания и символизм. Эстетика символизма всегда предполагала включение в его орбиту целого ряда художественных направлений, и в этом смысле интерес представляют такие аспекты взаимопроникновений и взаимовлияний как символизм-модерн, символизм — экспрессионизм, символизм-кубизм и т.д. Еще больше «напластований» в символической образности мы на-

блюдаем в конце XX века, в эпоху постмодернистской полистилистики. Так, например, некоторые символические образы О. Власова подчеркнута эмоциональны, экспрессивны. В 1988 году он создает монументальную композицию «Флейтисты» (фанера, масло, 152x148). Мы уже говорили о музыкальности символа, эту мысль подтверждают художники символической направленности, которые часто выбирают темой своих произведений музыку. В композиции «Флейтистов» очень сильно иконное начало, сама шестичастная композиция ассоциируется с иконостасом, а изображенные музыканты, играющие на духовом (духовном!) инструменте — со святыми. Образ музыки, преобразующей реальность, дающей возможность соприкоснуться с миром вечных истин, выражена в произведении золотым (в сакральной символике — божественным) цветом флейт, уподобленных сияющим лучам, особенно ярким на темном фоне. Одна из часто встречающихся в символизме — тема смерти-сна нашла воплощение в таких его произведениях как «Черный ворон» (1983), «Сон» (1985).

Но наиболее многогранным в символической образности стал его «Ковчег» (холст, масло) — симфонически сложное произведение, которое соединяет в себе монументально-обобщенное и камерно-лирическое начало. Эпический мотив поступательного шествия и предстояния обитателей Земли, их включенность в космическую бесконечность сосуществует с интимными мотивами любви, нежности, материнства. Символика композиционной спирали включает в себя и образы витков времени и колец спирали ДНК, а также выражает великую жизненную силу как на уровне макро, так и микрокосма.

Глубокая символичность образов характерна и для многих произведений Владимира Глухова, Не случайно так близки художнику «голуборозовцы» П. Кузнецов, М. Сарьян, а также символисты — П. Гоген, К. Петров — Водкин, П. Филонов.

Один из главных символов в живописи Глухова — солнце, а точнее — солнечный свет, или — просто свет, а также — свет духовный. Свет в картинах Глухова даже нельзя сказать, что тонко взаимодействует с цветом как, скажем, у импрессионистов. Он слит с ним, крепко спаян, наполняя краски мощной световой энергией, от которой они начинают петь, звенеть, ликовать. Свет этот разлит в пейзаже, струится из глаз подвыпившего Васи, «последним лучом» ложится на лицо женщины.

Сама суть символа — указать, намекнуть, проложить путь к Потаенному, Скрытому, Многоликому и Многообразному, а потому и образы художника-символиста напоминают своеобразное эхо, «удваивающего», «утраивающего» значение изображенного. А зритель с воображением и знанием исторического художественного контекста может «слышать» многократные отголоски образов художников прошлых эпох.

Вот пейзаж с зеленой долиной, раскинувшейся между синими горами и красно-желтой пустыней, силуэтом напоминающей обнаженную с картины Модильяни. Здесь и легкое эхо китайского средневекового пейзажа «шань-шуй» (горы- воды), только вместо «вод» — та же текучая субстанция, но уже горячих песков. Или, например, изображенная на белом ослике женщина...вмиг мелькают в памяти многочисленные ассоциативные образы — это и «бегство в Египет», и «путь жизни», и «грехопадение», и образы лучизма, и много-много других.

В числе любимых, часто повторяющихся образов — мотив гор как символа духовного восхождения, а также символика крыльев, олицетворяющих «вечную тоску по небу». Сама повторяемость образов-символов словно воплощает неизменность основ Бытия. Сделать символику органическим свойством пластической речи, не уйдя в литературу или, напротив, в слишком обобщенный знак — задача не из легких, но Глухову это в большинстве случаев удается.

В творчестве Александра Амелина, художника, ярко заявившем о себе в художественной жизни Тюмени в начале 90-х годов, а затем уехавшим в Москву, также просматривается символическая образность.

Один из универсальных символов образного содержания многих картин — крест. Художник видит его всюду — в просвете между «деревьями греха», над «узкими воротами смерти», во вселенской мистерии «сотворения мира», в силуэте Моисея со скрижалями завета. Светоносная пульсирующая субстанция, образованная устремленной вверх — к Богу — вертикалью и горизонталью земного человеческого пути становится композиционным и смысловым центром многих произведений.

Одна из лучших работ последнего времени — серия «Мосты». Это замечательные живописные метафоры, отражающие различные аспекты взаимоотношений и взаимосвязей между человеком и Богом, между человеком и человеком, между человеком и сообществом. Формы этих мостов разные, то прямые, выражающую непреклонную устремленность к единению, то изогнутые в форме радуги, вселяющие радостную надежду: «потопа больше не будет». Они то тонки, хрупки, почти эфемерны, то «построены прочно», на века. Картины «Мост через Босфор», «Тауэрский мост» ассоциируются с замечательным поэтическим образом: «стоят мосты с опорами из света». Символика вод, над которыми пролагаются эти мосты, также различна в каждой из картин: то это образ несущей бедствие и смерть стихии, то водные глубины соотносятся с безднами человеческой души, то олицетворяют свободу, необузданность.

Природа символизма многопланова. Образ может быть почти реалистичным, но содержать в себе едва неуловимое, таинственное «нечто», которое преобразует вполне привычные явления в симво-

лические откровения. Так, в картине Марины Лебедевой, изображен, казалось бы, обычный вид берега с лодками и горами на дальнем плане. Но чудесным образом возникшие в картинном пространстве письма делают этот, на первый взгляд, реалистический пейзаж символическим образом, у которого даже название несет символическую окраску: «Там возникали буквы водяные на серой, не проснувшейся воде» (2004, х.м.).

Стилистический спектр творчества Михаила Гардубея весьма широк. Но обычно в его картинах тесно сплетены самые разные направления, «приправленные» зачастую острым вкусом постмодернистской иронии, насмешки, сарказма, а иногда и просто доброй улыбкой мудреца. Один из главных образов-символов в творчестве художника — образ Дон Кихота. То он предстает в ипостаси благородного рыцаря, то безрассудного «борца с мельницами», то трогательного мечтателя, то трагического одинокого человека. В последние годы Дон Кихот обретает черты вневременного, вечного персонажа, скачущего на своем верном Росинанте через века и эпохи и однажды на этом пути прилепшего отдохнуть у подножья затюменского холма «Дон Кихот. Отдых в Тюмени» (2012, х.м.).

В символах таится всеобщий язык. Смысл создания художественного символа состоит в том, чтобы через изображенный объект, явление выразить некие универсальные понятия, связь вещей и явлений. Но в различные культурные эпохи символика в творчестве имеет свою окраску, свои особенности. Художники Тюмени используют символическую образность, соотнося и сопоставляя особенности стилистики рубежа веков с ее пророческими, возвышенными интонациями и «игровыми», несколько ироничными нотками современного, «постмодернистского» языка.

Библиографический список

1. Белый, А. Символизм как миропонимание [Текст] / А. Белый — Москва : Республика, 1999. — 527 с.
2. Трехнин, М. Московская рефлексия символизма [Текст] / М. Трехнин // Искусствознание. — № 3-4. — С. 629-636.

РАЗДЕЛ IV

**СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫЕ
НАУКИ**

Аксенова С.Б., Иванова О.А., Пухов Е.С., Соловьева А.А.

Aksenova S.B., Ivanova O.A., Puhov E.S., Solovjeva A.A.

**БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДСКОГО СКВЕРА:
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

**THE BEAUTIFICATION OF THE URBAN SQUARE:
PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION**

Статья содержит анализ современной ситуации по благоустройству городских скверов в г. Тюмени, выявление проблемных аспектов. Рассматриваются вопросы организации озелененных пространств с учетом потребностей жителей города. Способы решения задач ландшафтной организации озелененных территорий предлагается рассмотреть на примере эскизного проекта-предложения благоустройства сквера им. А. Моисеенко и парковой зоны, расположенной в районе жилых домов по ул. Одесской.

Ключевые слова: *архитектура; среда обитания; ландшафтный дизайн; инновационный подход; благоустройство территории; озеленение; городской сквер.*

The article contains analysis of the current situation on the improvement of urban parks, Tyumen, identification of problematic aspects. The arrangement of green spaces with the needs of the residents of the city. Solutions to problems of landscape organization green areas are encouraged to consider the example of draft project proposals for the improvement of the Park to them. A. Moiseenko and parkland, located in the area of residential houses on the street of Odessa.

Keywords: *architecture; habitat; landscape design; innovative approach; planting of greenery; landscaping, city park.*

Тюмень, как один из крупнейших городов региона, решает важнейшие градостроительные задачи, направленные на повышение качества окружающей среды, создание благоприятных условий для жизни горожан. Результатом нерационального использования городских территорий и хаотичной точечной застройки становится потеря озелененных участков и благоустроенных территорий, которые все чаще отдаются под стоянки для автомобилей.

Последствиями нарушения экологического баланса сказываются не только на физическом, но и на психологическом состоянии городского населения. Тем не менее, за последние несколько лет го-

родские власти приложили усилия по обновлению и реконструкции нескольких городских скверов и бульваров — Цветной бульвар, сквер Комсомольский, Текутьевский бульвар, сквер Борцов революции и т.д. В большинстве случаев трансформации по реконструкции и благоустройству сводятся к замене мощения и оборудованию. Но иногда интенсивная реконструкция заканчивается активной вырубкой деревьев, потерей озелененных островов, в результате чего мы теряем важнейшую составляющую экологического баланса в городской застройке. Принцип максимального сохранения зеленых ресурсов парков и скверов должен стать приоритетным в процессе преобразования городской планировочной структуры. Немаловажным фактором является художественно-эстетическая составляющая, которая напрямую связана с функцией и утилитарной организацией. Кроме того, важен факт расположения сквера в городской застройке и его направленность, то есть размещение сквера в непосредственном прилегании к важному градообразующему узлу или территории значимого для города сооружения (театр, вокзал, здание университета, музея и т.д.). Эти и другие условия определяют уровень социальной активности населения на территории сквера, характер и интенсивность потоков пешеходов, зонирование территории, и, в соответствии с этим, подбор функциональной и пластической концепции объекта, то есть, планировку участка, геопластику, природные компоненты и оборудование.

Оборудование и мощение скверов подбирается в едином образном аспекте, основу которого составляют экологичность и эргономика — использование натуральных материалов (дерево, камень); эргономические параметры оборудования, дорожек, площадок должны соответствовать нормам, в том числе обеспечивать доступность среды инвалидам и другим маломобильным группам населения.

Рассмотрение парков в качестве объектов ландшафтного дизайна позволяет понять, как современные подходы способны превращать эти важные для города территории в концентрированное выражение достижений в области пластической и смысловой обработки ландшафта для создания нового качества пространства с необходимыми социально-культурными функциями [1].

В рамках открытого публичного конкурса «Лучшая архитектурно-художественная концепция благоустройства озелененной территории, расположенной в районе жилых домов по ул. Одесской и сквера им. Александра Моисеенко в городе Тюмени» авторами статьи сформирован эскизный проект-предложение.

Сквер, расположенный между учебными корпусами ТюмГМА, назван в честь **ректора Тюменской медицинской академии — Александра Артемьевича Моисеенко**. Так как сквер микрорайонного значения, его посетителями являются в основном жители близлежащих домов, а также студенты медицинской академии,

следующие транзитом от одного корпуса к другому, и пешеходы, сокращающие путь.

Анализ территории и оборудования данного сквера показал, что на сегодняшний день его инфраструктура находится в неудовлетворительном состоянии: дорожки имеют некачественное разбитое асфальтовое покрытие, наблюдается недостаток оборудования и малых форм. Некоторые популярные направления движения пешеходов и велосипедистов проложены стихийно и не имеют покрытия. Часть зон парка находятся в заброшенном состоянии, вследствие чего появление посетителей на этих участках исключается. Монотонные и безликие озелененные участки не поддерживаются разнообразием среды. Озеленение нуждается в очищении от старых сухих деревьев, разбивке цветников и газонов, частичной посадке деревьев и декоративных кустарников. Сквер на противоположной стороне улицы Одесской также находится не в лучшем состоянии: асфальтовое покрытие сохранено фрагментарно, на территории имеются остатки бывшей эстрады и другое разрушенное оборудование. Главная ценность двух скверов — масштабный фонд высокоствольного озеленения, который необходимо максимально сохранить.

В качестве преобразующих мероприятий проектным решением предусматривается структурирование и функциональное зонирование территории скверов, придание парковому пространству свежести облика и выразительности.

К организации пространства проектируемых парковых территорий применяются следующие основные подходы и задачи:

- Парк как объект современного ландшафтного дизайна.
- Социальные и экологические приоритеты.
- Совместить городское и природное в необычных пропорциях.
- Дополнить, но не перегрузить функциями.
- Создать программы, которые бы давали посетителям новые ощущения.
- Контраст правильных геометрических линий прогулочных дорог и зон с живописными очертаниями растений.
- Спокойный «не кричащий» дизайн с использованием натуральных материалов.

Подход осмысления пространства парка, идущий не только от трассировки прогулочных аллей и расположения основных функциональных зон, а также от понимания механизма воздействия на посетителя, закладывает в концепцию ощущения тех, кому он адресован — будущих его посетителей [1].

В сквере им. А. Моисеенко предлагается создание следующей структуры:

- Сохранить ведущие диагональные направления, дополнив их дорожками для студентов между учебными корпусами.

□ Изменить геометрию существующей центральной площадки, к которой сходятся ортогональные и диагональные оси сквера.

□ Создать обходную прогулочную аллею через зеленую зону от центральной площадки и оборудовать их функциональными подиумами с включением растительности.

Зонирование основных участков предлагается устроить многофункциональным и связанным с основной тематикой сквера:

□ Выделить зоны для досуга и отдыха студентов: сцену с амфитеатром (для проведения различных концертных мероприятий, уличного кинотеатра) и ячейки, сформированные периметральными лавочками в непосредственной близости с учебным корпусом.

□ Существующую центральную аллею оборудовать для тихого отдыха с местами для сидения и частично легкими конструкциями-навесами для создания более приватной зоны.

Структуру сквера, который расположен напротив, определяет геометрия существующей внешней эллипсовидной дорожки; ведущие диагональные направления для транзита и центральная площадка.

Предлагается:

□ Сохранить основную пешеходно-тропиночную сеть, а также круглую форму центральной площадки, оборудовав ее «сухим фонтаном»¹ с южной стороны и полукруглым многофункциональным подиумом с северной. В зимнее время предусмотреть использование площади под каток.

□ Создать между зелеными зонами от внешней дорожки и подиума прогулочную аллею с дощатым настилом. Прогулка между деревьями и отдых под ними — обеспечат близкий контакт посетителей сквера с природой.

□ Открытую южную зону отвести под лужайку с газонным покрытием, частично заполнив квадратными плитами для сидения. Многофункциональность луга предполагает отдых для всех возрастных категорий, на нем можно организовывать спортивные утренние зарядки, занятия йогой, пикники, подвижные игры, флеш-мобы.

□ Дополнить сегменты зеленых зон качелями и оборудованием для детских игр.


Все формы проектируемых зон подчеркнут заданную внешней дорожкой геометрию.

Предлагаются также следующие мероприятия: обновление дендрологии и насыщение предметным оборудованием; изменение качества мощения дорожек, прогулочных аллей и площадок; расширение автостоянок вблизи парка.

Экология становится основой художественно-стилистической и философской концепцией проектного решения благоустройства дан-

¹ Сухой фонтан — это фонтан, не имеющий чаши бассейна. Основу его составляет мощение площади, из которой бьют водяные струи. Вода через швы в мощении стекается по отводящим каналам в накопительную емкость и после очистки вновь подается в фонтан.

ной территории. Что, в свою очередь, отвечает основной задаче организации внутригородской застройки территорий озелененных пространств — создание благоприятных и комфортных условий для качественного отдыха жителей нашего города.



Библиографический список

1. Нефедов, В. А. Городской ландшафтный дизайн : учеб. пособие [Текст] / В. А. Нефедов. — Санкт-Петербург : Любавич, 2012. — 320 с.: ил.
2. Ожегов, С. С. История ландшафтной архитектуры [Текст] / С. С. Ожегов. — Москва : Архитектура-С, 2004. — 232 с.
3. Сычева, А. В. Ландшафтная архитектура [Текст] / А. С. Сычева. — Москва : Оникс, 2006. — 87 с.
4. СНиП III-10-75 «Благоустройство территорий». Гипрокоммунстрой Минжилкомхоза РСФСР, 1975.
5. СП 35-105-2002 «Реконструкция городской застройки с учетом доступности для инвалидов и других маломобильных групп населения».

Кичерова М.Н., Светлакова О.А.

Kicherova M.N., Svetlakova O.A.

**ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ
ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ
В ОЦЕНКАХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ**

**INTERACTIVE FORMS AND METHODS OF TEACHING
STUDENTS ASSESSMENTS OF HIGH SCHOOL TEACHERS**

В статье рассматриваются возможности и практическое значение применения интерактивных форм и методов обучения в педагогической практике преподавателей высшей школы. По результатам опроса преподавателей выявлены количественный и качественный уровень проведения интерактивных занятий, их влияние на формирование профессиональных компетенций, причины редкого применения отдельных форм и методов. На основе авторского исследования определены составляющие коммуникативной и информационной культуры участников интеракции, особенности использования технических средств на занятиях со студентами. Рекомендации и предложения направлены на повышение эффективности применения интерактивных технологий в образовательном пространстве вуза в рамках компетентностного подхода.

Ключевые слова: *интерактивные формы и методы обучения, интерактивные технологии, профессиональные компетенции, высшее образование, образовательный стандарт, информационная культура, коммуникативная культура, взаимодействие.*

This article discusses the possibilities and practical application of interactive forms and methods in teaching practice of high school teachers. According to a survey of teachers revealed quantitative and qualitative level of the interactive sessions, their influence on the formation of professional competence, causes a rare individual application forms and methods. On the basis of the author's research identified the components of communicative culture of the participants, and information interaction, especially the use of technology in the classroom with students. Recommendations and proposals aimed at improving the effectiveness of interactive technologies in the educational environment of the university within the competence approach.

Keywords: *interactive forms and methods of teaching, interactive technology, professional competence, higher education, educational standard, information culture, communicative culture, interaction.*

Социальные и экономические изменения в мире имеют далеко идущие последствия для образовательных систем. По мнению экспертов ЮНЕСКО, образование в XXI веке должно сконцентрироваться на развитии способности к коммуникации, к работе в составе группы, к критическому мышлению, к умению приспособиться к переменам, к тому, чтобы быть технически прогрессивным, творческим, владеющим новыми технологиями [1, с. 17–19]. Так, переход к информационному обществу, «обществу знаний» ставит сегодня перед странами задачу повышения образовательных стандартов. Инновационное обучение в высшей школе призвано снять основные противоречия традиционного обучения, состоящие в недооценке ведущей роли субъектов образования, приоритете знаний над умениями и навыками их продуктивного использования. Анализ качества результатов обучения требует пересмотра содержания, методики обучения и традиционной системы критериев оценки знаний, сложившихся в образовательном пространстве вузов.

Обновление содержания современного высшего образования сопровождается разработкой и внедрением эффективных обучающих технологий. Актуальность темы исследования определяется тем, что в современной России наблюдается противоречие между потребностью общества в творческих, компетентных, способных эффективно действовать в нестандартных ситуациях специалистах, с одной стороны, и недостаточно разработанными научно-педагогическими подходами к решению данной проблемы и реальному использованию современных образовательных технологий в процессе обучения — с другой. Сущность старой образовательной парадигмы отражалась в лозунге «Образование — на всю жизнь», тогда как новая парадигма, своего рода стратегия будущего образования — «образование в течение всей жизни» [3, с. 42].

В соответствии с новым Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) среднего и высшего профессионального образования третьего поколения, принятым в России, одним из существенных требований к условиям реализации основных образовательных программ является широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся [9]. Так, ФГОС кардинально изменил ориентиры отечественной системы образования: социально ожидаемым качеством современного высшего профессионального образования становятся ключевые компетенции.

Компетенция определяется как «способность делать что-либо хорошо или эффективно» [5]. Процесс становления компетентности как «доказанной готовности к деятельности» может осуществляться только в совместной деятельности тех, кто учит и учится, и в деятельности же компетентность только и может реализовываться [7]. Поэтому

внедрение интерактивных форм и методов обучения — одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Перед учебными заведениями высшего образования стоит задача подготовки специалистов, которые обладают не только высоким профессиональным потенциалом, но и способны к выходу за пределы нормативной деятельности, готовы к самостоятельному творческому поиску, росту и саморазвитию. Применение интерактивных образовательных технологий позволит будущим специалистам быстро и легко адаптироваться в современных динамичных условиях жизни, самостоятельно осваивать знания и применять их в новых неординарных условиях.

Однако сегодня, на наш взгляд, актуальна проблема несоответствия дидактических возможностей интерактивных методов и форм обучения качественному и количественному уровню их практической реализации в высших учебных заведениях. Новая парадигма высшего образования предполагает интеракцию, реальное взаимодействие преподавателей и студентов как базовую форму организации образовательного процесса. Теоретический анализ литературы по исследуемой проблеме, обобщение передового педагогического опыта преподавателей высшей школы по выделенному кругу вопросов, а также анализ личного опыта преподавания в вузе авторов статьи позволяет говорить о том, что данная проблема является действительно актуальной и социально значимой.

Вопрос применения интерактивных форм и методов в образовательном процессе исследовался различными учеными. Педагоги, психологи, социологи изучали различные аспекты этого процесса. Так, В.И. Загвязинский рассматривал значение интерактивных методов в современной теории обучения [4]. В работах таких авторов, как И.А. Бутенко, Ю.Г. Одегова, А.И. Сидоренко, Ю.П. Сурмина, Г.С. Харханова, В.С. Чувакина анализируются особенности применения интерактивных методов в педагогической практике. Обзор интерактивных методов обучения и образовательных технологий, используемых в высшей школе, представлен в работах Ю.В. Гущина [2], С.Б. Ступиной [8] и других авторов.

В современной педагогике и психологии имеется целый ряд исследований, посвященных особенностям и закономерностям личностного развития обучающихся. В работах Д.А. Белухиной и Е.В. Бондаревской освещены философские и психолого-педагогические аспекты личностно-ориентированного подхода к обучению. Исследованию проблем творческого развития личности и саморазвития посвящены работы В.И. Андреева, А.А. Кирсанова, Л.Н. Куликова.

В педагогической науке выделяются пассивные (традиционные), активные и интерактивные формы обучения. Пассивная форма предполагает, что обучаемый выступает в роли объекта обучения — он слушает и смотрит. В процессе применения активной формы обуча-

емый является субъектом обучения и выполняет самостоятельные работы и творческие задания. Интерактивная же форма обучения предполагает субъект-субъектное взаимодействие — не только педагога и студентов, но и студентов со студентами. «Интерактивный» (от английского «inter» — «взаимный», «akt» — «действовать») означает взаимодействовать (от английского «interaktion» — «взаимодействие», «воздействие друг на друга»), т.е. находиться в режиме беседы, диалога с чем-либо (например, компьютер) или кем-либо (человеком).

Так, взаимодействие выступает основной категорией при характеристике интерактивного обучения. Следовательно, интерактивное обучение — это, прежде всего, обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные задачи, моделируют проблемные ситуации и т.д. Исходя из этого, интерактивные формы и методы обучения можно определить как основанные на позитивном взаимодействии обучающихся между собой, в результате осуществления которого студент получает новое знание.

Можно согласиться с *тем, что* интерактивные формы имеют ряд очевидных преимуществ по сравнению с активными и пассивными формами обучения: 1) интерактивный характер обучения позволяет на собственном опыте осознать и обсудить особенности чувственного восприятия, контролировать восприятие окружающей среды; 2) интерактивные методы проведения занятий предусматривают активное участие слушателей, желание и умение занимать в процессе обучения субъектную позицию; 3) интерактивные формы обучения развивают навыки общения, помогают осознать значение группового опыта; 4) интерактивные технологии проведения занятий помогают участвовать и контролировать свое участие в работе группы, уважать принятые ей ценности и правила, обосновывать свое мнение и отстаивать собственную позицию; 5) интерактивные занятия учат использовать не готовые знания, а полученную информацию при помощи прямого опыта [7]. В целом, использование потенциала инновационных образовательных технологий в высшей школе позволяет преодолеть пассивность в обучении, трансформировать позицию студента с пассивной на активную — с объектной на субъектную.

Итак, интерактивное обучение в высшем учебном заведении предполагает образовательный процесс, основанный на взаимодействии и осуществляемый в ходе общения педагога и студентов. Соответственно, представляет интерес рассмотрение особенностей общения в ходе образовательного процесса. Общение исследовалось в русле многих наук: философии, психологии, социологии, культурологии, лингвистики, педагогики. Взаимодействие и общение как социокультурный феномен жизнедеятельности человека и общества изучали такие отечественные и зарубежные ученые, как Дж. Мид,

Дж. Блумер, К. Леви-Стросс, И.С. Кон, Г.С. Батищев, В.С. Библер, Ч. Кули, Л.С. Выготский, А. Шюц, К. Ясперс и другие. Взаимодействие и общение в образовательном процессе рассматривалось на основе положений о педагогическом общении и учебном взаимодействии (Ш.А. Амонашвили, И.А. Зимняя, А.В. Мудрик).

Социологический подход к обозначенной проблеме предполагает изучение особенностей социальной интеракции (взаимодействия) преподавателя и студентов в процессе проведения интерактивных занятий. Образовательный процесс на интерактивных занятиях организован таким образом, что практически все студенты оказываются вовлеченными в процесс познания. Каждый вносит свой индивидуальный вклад, идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности. Исходя из того, что в соответствии с новыми требованиями ФГОС высшего профессионального образования обучение должно осуществляться в ходе общения и взаимодействия, исследовательский интерес представляет влияние используемых интерактивных технологий на содержательную часть обучения, насколько интерактивные занятия позволяют связывать теорию с практическим опытом, формировать профессиональные компетенции.

В качестве основных задач проведенного нами исследования были определены следующие: выявить количественный и качественный уровень проведения интерактивных занятий в вузе, наиболее «популярные» и часто применяемые в практике интерактивные формы и методы, а также какие при этом задействованы технические средства и в какой степени. Наряду с этим, требовалось выяснить, почему преподаватели не применяют те или иные интерактивные технологии или используют их очень редко; как, по мнению студентов и преподавателей, интерактивные формы и методы влияют на формирование профессиональных компетенций, позволяют ли связывать теорию с практическим опытом; какие составляющие коммуникативной и информационной культуры преподавателя и студента наиболее значимы для проведения интерактивных занятий. Для решения поставленных задач использовался комплекс взаимодополняемых методов: теоретического анализа, контент-анализа документов, наблюдения, анкетного опроса.

Эмпирической базой исследования выступили высшие учебные заведения города Тюмени. Анкетный опрос проводился в 2014 году среди студентов и преподавателей Тюменского государственного университета, Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий и Тюменской государственной академии мировой экономики, управления и права. В опросе приняли участие 230 студентов и 120 преподавателей. В настоящей работе представлена часть полученных результатов исследования — анализ данных по итогам опроса преподавателей. Выборка репрезентативна по полу и возрасту, в опросе принимали участие преподаватели в

возрасте от 26 до 75 лет. Все они имеют различный опыт педагогической работы в вузе: 32% имеют стаж 20 и более лет, 14% — от 16 до 20 лет, 26% имеют стаж от 11 до 15 лет, 17% имеют стаж 6–10 лет, молодые преподаватели, стаж которых от 1 до 5 лет, составили 11% нашей выборки.

Анализ результатов опроса показал, что, по мнению преподавателей, интерактивные формы и методы достаточно широко используются в практике образовательного процесса. Наиболее часто на занятиях применяются такие формы, как проблемная лекция, дискуссия, решение комплексных ситуационных задач. Постоянно на занятиях используются дискуссия (25% опрошенных), проблемная лекция (18%), кейс-стади (16%), комплексная ситуационная задача (12%), ролевая и деловая игра (9%). Один — два раза в месяц (через занятие и реже) 41% преподавателей используют на занятиях метод решения комплексных ситуационных задач. Примерно треть опрошенных с такой же частотой применяют проблемную лекцию (36%), дискуссию (34%), «мозговой штурм» (33%), проектирование (31%).

Опрос показал, что есть формы и методы, которые достаточно редко (один раз в несколько месяцев) используются преподавателями в вузовской педагогической практике: мастер-класс (57%), форум (39%), тренинг (29%). Наконец, 83% опрошенных никогда не использовали синквейн, 76% никогда не проводили электронный семинар (вебинар), 75% никогда не применяли вебквест, 28% никогда не использовали метод кейсов. Возможно, это связано со спецификой данных форм и методов и отсутствием у преподавателей должного уровня подготовленности к их применению на занятиях со студентами. Так, метод синквейна предполагает работу ассоциативного мышления, творческого воображения, что, казалось бы, так органично для студентов и преподавателей вуза культуры и искусств, гуманитарных вузов. К тому же, применение этого метода не требует специального технического оснащения.

Синквейн — это пятистрочная стихотворная форма, которая появилась под влиянием японской поэзии и в последующем стала использоваться в дидактических целях как эффективный метод развития образной речи, позволяющий быстро получить результат. С точки зрения педагогической методики, синквейны полезны в качестве инструмента для синтеза сложной информации, в качестве среза оценки понятийного и словарного запаса обучающихся. Интересно, что в личных беседах авторов статьи с преподавателями средних общеобразовательных школ г. Тюмени, последние отмечают активное использование данного метода на занятиях по гуманитарным дисциплинам со старшеклассниками. Преподаватели вузов, как показали результаты проведенного опроса, к сожалению, почти не используют этот интерактивный метод, хоро-

шо знакомый первокурсникам уже со школы. Работа в этом направлении была бы особенно эффективна со студентами гуманитарных, творческих направлений подготовки.

Вебинар (электронный семинар, конференция) предполагает общение в интерактивном режиме он-лайн, т.е. требует оснащение учебной аудитории компьютерной техникой. Использование метода web-квеста (webquest) также требует специального технического оснащения аудитории и навыков использования этих технических средств. Он представляет собой проблемное задание с элементами ролевой игры, для выполнения которого используются информационные ресурсы интернета. Среди причин ограниченного использования технических средств на занятиях 71% опрошенных преподавателей указали на недостаточное количество аудиторий, оснащенных техническими средствами, 43% указали на неисправность аппаратуры, сложность подключения и отсутствие доступа, 20% в качестве причины назвали то, что преподаватели не умеют пользоваться современной компьютерной техникой.

Применение вебинара и вебквеста, как и большинства других интерактивных форм и методов, требует высокого уровня информационной культуры как студентов, так и преподавателей: необходимо владение информационно-коммуникационными технологиями, навыком поиска информации в интернете, использования интерактивной доски, показа мультимедийных презентаций, работы с айфоном и т.д. Однако по результатам опроса выяснилось, что большинство преподавателей чаще всего используют визуальные мультимедийные средства только для показа слайдов без звука. Треть опрошенных (34%) никогда не использовали на занятиях аудиосредства для звукового воспроизведения и не пользовались интерактивной доской. Причем, среди тех, кто пользуется интерактивной доской на занятиях (66% из числа опрошенных преподавателей), всего 5% постоянно используют все возможности интерактивной доски в полной мере. На вопрос «Каким способом вы используете на занятиях интерактивную доску?» 30% ответили, что используют только для записей, как обычную доску, 27% применяют только как экран для показа слайдов, 25% — как сенсорный планшет, 8% — как аудиовизуальное средство для показа со звуком и 4% — для тестирования в режиме он-лайн.

Таким образом, основываясь на результатах проведенного опроса преподавателей, можно предположить, что редкое использование вебинара и вебквеста связано с недостаточным уровнем владения современными информационно-коммуникационными технологиями преподавателей вузов, а также — с недостаточным количеством в вузах технически оснащенных учебных аудиторий. Руководству высших учебных заведений следует обратить внимание как на непрерывное повышение квалификации преподавателей в этом на-

правлении, так и на поддержание должного уровня технического обеспечения учебного процесса.

Кейс-метод (case study) — это метод анализа и последовательно-го, поэтапного моделирования решения конкретной проблемной ситуации. Кейсы бывают двух видов: полевые, то есть составленные по мотивам реальных ситуаций, и кресельные, когда ситуации моделируются искусственно. Технология работы с кейсом предполагает анализ проблемной ситуации, от проблемы надо перейти к формулировке задачи, после чего найти альтернативы в выборе правильных решений, и после выбора верного решения составить программу деятельности, определяя конкретные шаги с учетом первоначальных целей и интересов субъектов. Так, в методологическом контексте кейс-стади представляется достаточно эффективным для формирования профессиональных компетенций. Учитывая актуальность компетентностного подхода, можно рекомендовать преподавателям высшей школы активнее использовать данный метод при проведении занятий.

На вопрос «Почему вы редко используете или совсем не используете интерактивные методы и формы проведения занятий?» были получены следующие ответы: 5% считают их неподходящими для той дисциплины, которую преподают (причем, среди «неподходящих» оказались иностранный язык, математика, культурология, экономическая теория), 9% преподавателей признаются, что не владеют методиками проведения интерактивных занятий, 16% называют причиной низкий уровень подготовленности студентов, 49% — отсутствие технического оснащения учебных аудиторий. Среди других вариантов ответов — «нет времени для подготовки к интерактивным занятиям», «низкая посещаемость занятий», «разный уровень подготовленности студентов в группе».

При этом практически все преподаватели (97% опрошенных) считают, что интерактивные методы и формы проведения занятий полезны не только для студентов, но и для преподавателей, так как дают возможность нового методического опыта; 94% отметили, что эти методы оказывают положительное влияние на мыслительную деятельность, развивают аналитический потенциал студентов; 92% уверены, что эти методы создают неформальную обстановку, в которой и преподаватель и студент могут проявить лучшие черты своего характера, повысить самооценку, изменить отношение к партнерам по общению. Также большинство ответивших на вопросы анкеты высказали мнение о том, что интерактивные методы и формы проведения занятий в значительной степени позволяют связывать теорию с практической деятельностью (60%) и способствуют формированию профессиональных компетенций (66%).

В числе критериев положительного влияния на результаты образовательного процесса применения интерактивных технологий обу-

чения преподаватели отметили: «проявление творческой инициативы», «умение обсуждать и вести дискуссию», «умение ставить цели и находить верные решения», «развитие навыков научно-исследовательской работы», «формирование самостоятельности, активности, коммуникативности, корректности, толерантности». Наиболее значимыми для проведения интерактивных занятий респонденты считают такие составляющие коммуникативной культуры преподавателя и студента, как личные качества, необходимые для полноценного участия в общении; логически верное, аргументированное и ясное построение речи; умение взаимодействовать с аудиторией, организовать работу в командах, преодолевать барьеры в общении, разрешать конфликтные ситуации на пути к достижению цели. Аналогично были определены наиболее значимые составляющие информационной культуры: владение современными компьютерными технологиями; умение воспринимать и транслировать информацию; владение навыком структурирования материала; способность анализировать и обобщать полученную информацию, сопоставлять данные, выделять главное.

Таким образом, преимущества интерактивных методов обучения очевидны. Большинство преподавателей высшей школы позитивно оценивают применение интерактивных форм и методов в практике своей работы. Вместе с тем, в ходе опроса были выявлены и некоторые негативные оценки использования интерактивных технологий на занятиях со студентами. Так, 29% опрошенных считают, что применение интерактивных методов на занятиях способствует недобросовестным практикам проявления академического мошенничества среди студентов (списывание, плагиат, подмена работ и др.). Действительно, распространение различных форм проявления недобросовестности в образовательном процессе сегодня является серьезной проблемой для системы высшего образования. [6] Но, по нашему мнению, которое совпадает с оценкой большинства опрошенных преподавателей вузов (71%), соблюдение моральных и этических норм преподавателей и студентов в учебном процессе, их личностные качества, педагогический профессионализм в обеспечении контроля и дифференцированной оценки студентов в большей степени влияют на добросовестность, чем сами формы организации занятий — в частности, в интерактивном режиме.

Респонденты в количестве 9% считают, что интерактивные методы порождают негативный опыт взаимодействия, могут спровоцировать серьезные инциденты, перерастающие в конфликтную ситуацию. Возможно, это связано с низким уровнем коммуникативной культуры участников интерактивного занятия. На наш взгляд, интерактивный подход к обучению, наоборот, создает оптимальные условия для развития сотрудничества, призван формировать коммуникативную компетентность студентов, а педагогическое мастер-

ство преподавателей должно позволить избежать негатива в общении, инцидентов и конфликтных ситуаций. Поэтому в профессиональной деятельности педагога так важна постоянная работа над формированием и развитием как своей коммуникативной компетентности, так и коммуникативной культуры студентов. Как было отмечено выше, сегодня основным результатом образовательной деятельности выступает не система знаний, умений и навыков, а набор ключевых компетенций в различных сферах, среди которых одна из главных — сфера коммуникации.

Таким образом, проведенное нами исследование показало, что большинство преподавателей высших учебных заведений достаточно широко используют различные интерактивные методы и формы проведения занятий. При этом некоторые интерактивные технологии не задействованы в педагогической практике высшей школы в полной мере, их дидактические ресурсы не используются преподавателями, что свидетельствует о формальной трактовке отдельных интерактивных методов обучения в образовательной деятельности.

В ходе анкетирования респонденты высказали такие пожелания и предложения по внедрению и использованию интерактивных форм и методов проведения занятий: «периодически проводить обучение интерактивным методом», «организовать обмен опытом между преподавателями», «оборудовать аудитории для проведения интерактивных занятий», «разработать систему интерактивных оценочных средств». Также к педагогическим условиям, повышающим эффективность использования интерактивных технологий следует добавить развитие навыков коммуникативно-информационной культуры, владения техническими средствами, — в первую очередь, самих преподавателей.

Использование интерактивных подходов к обучению в образовательном пространстве вуза на более высоком профессиональном уровне обеспечит повышение эффективности развития общекультурных и профессиональных компетенций. Основные методические инновации связаны сегодня с применением именно интерактивных методов обучения. Овладение интерактивными методиками в полной мере, их систематическое применение в педагогической практике преподавателей вузов позволит повысить качество образования до уровня, соответствующего требованиям нового Федерального государственного образовательного стандарта.

Библиографический список

1. Доклад ЮНЕСКО «Образование в информационном обществе» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/801fc58ad22654adca68c8851a8f36e9education_ru.pdf
2. Гуцин, Ю. В. Интерактивные методы обучения в высшей школе [Текст] / Ю. В. Гуцин // Психологический журнал Международного ун-та природы, общества и человека «Дубна». — Москва, 2012. — № 2. — С. 1–18.

3. Ефимова, Г. З. Наука и образование в информационном обществе: этические, правовые и социокультурные нормы : монография [Текст] / Г. З. Ефимова, М. Н. Кичерова. — Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2013. — 256 с.
4. Загвязинский, В. И. Теория обучения : современная интерпретация : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений [Текст] / В. И. Загвязинский. — Москва : Академия, 2001. — 192 с.
5. Зимняя, И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. Авторская версия [Текст] / И. А. Зимняя. — Москва : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. — 42 с.
6. Кичерова, М.Н. Информационное общество и проблема академической недобросовестности [Электронный ресурс] / М. Н. Кичерова, Г. З. Ефимова // Наукovedение. — 2014. — № 3. — Режим доступа : <http://naukovedenie.ru/PDF/01pvn413.pdf>
7. Колесник, Н. П. Использование интерактивных форм изучения педагогики в вузе : автореферат дис... канд. пед. наук [Электронный ресурс] / Н. П. Колесник. — Санкт-Петербург, 2007. — Режим доступа : <http://dissercat.com/content/ispolzovanie-interaktivnykh-form-izucheniya-pedagogiki-v-vuze#ixzz2zs17ZgKS>
8. Ступина, С. Б. Технологии интерактивного обучения в высшей школе : учеб.-метод. пособие [Текст] / С. Б. Ступина. — Саратов : Наука, 2009. — 52 с.
9. Федеральные государственные образовательные стандарты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://mon.gov.ru/dok/fgos/>

Молоков С.М.

Molokov S.M.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «КОНФЛИКТОЛОГИЯ»

ORGANIZATION OF PRACTICE
FOR STUDENTS OF «CONFLICTOLOGY»

В статье предпринята попытка осветить один из аспектов подготовки студентов, обучающихся по направлению «Конфликтология». Автор ставит перед собой задачу определить содержание и структуру учебной и производственной практик, цель, задачи и место каждой из практик в учебном процессе. Особое внимание уделяется базам практик. Выделяются индивидуальные задания прикладного характера.

Ключевые слова: *конфликтология, учебная и производственная практики, базы практик, компетенции, методические рекомендации.*

This article attempts to highlight one aspect of the bachelors-conflictologists scholars. The author aims to define the content and structure of the training and production practices, purpose, tasks, and place each of the practices in the educational process. Special attention is paid to the databases of the practitioner. Individual tasks are applied.

Keywords: *conflictology, educational and industrial practices, base practices for students, competences, methodical recommendations.*

В названии нашей Академии обозначена не только культура вообще и искусство в частности, но и социальные технологии. К последним мы вправе отнести конфликтологию. В названии кафедры — культурология и, опять же, социально-культурные технологии. Зависимость между особенностями культуры и конфликтностью в обществе проявляется в отношении к конфликтам у разных этносов. У русского народа, на наш взгляд, исторически еще не сформировалось отношение к конфликту как к социальной норме.

Конфликтология как наука и как учебная дисциплина сравнительно молода. Можно сказать, что она только переживает период своего становления. По прогнозам ученых, конфликтологи находятся в рейтинге самых перспективных профессий уже в ближайшей перспективе. Беда в том, что большая часть населения и не

слышала о такой профессии. Конфликтолог — специалист по урегулированию и разрешению конфликтов. Где он может быть востребован? В государственных и муниципальных органах необходимы конфликтологический менеджмент и мониторинг, конфликтологическая экспертиза законопроектов. В силовых структурах, налоговых, судебных органах, социальных центрах и профсоюзах нужны переговорщики. Без конфликтологического сопровождения не обойтись на производственных предприятиях, в торговых фирмах, банках и страховых компаниях. Медиация может успешно применяться в сфере образования, в учреждениях культуры, в политических партиях и общественных организациях. Наконец, конфликтология преподается в вузах как предмет и кому-то надо развивать конфликтологическую науку.

На сегодняшний день не так много вузов в стране, где конфликтология является специальностью (направлением подготовки). В их числе и Тюменская государственная академия культуры, искусств и социальных технологий, где с 2011 года осуществляется подготовка бакалавров-конфликтологов.

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) предусмотрено, что раздел основной образовательной программы (ООП) бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Конфликтология — дисциплина в значительной степени прикладная, поэтому практика студентов является составной частью учебного процесса и направлена на закрепление знаний, полученных в процессе обучения, а также приобретение необходимых навыков практической работы. Практики органично вытекают из содержания учебных курсов, позволяют обеспечить межпредметные связи. Если учебная практика носит ознакомительный характер, то производственная требует от студентов самостоятельного творчества, плотного включения в работу базы практики. В то же время необходимо отметить отличие практики в бакалавриате от практики в специалитете. В специалитете практика определяется набором базовых профессиональных умений, а в бакалавриате направлена на формирование представлений о структуре и содержании различных видов профессиональной деятельности, овладение способами ее осуществления в рамках широкого поля направления.

Учебная практика призвана закрепить теоретические знания студентов. При подготовке к практике рекомендуем опираться прежде всего на учебную литературу [3]. Целью учебной практики является приобретение студентами основных компетенций, направленных на ознакомление с работой органов власти и управления, организа-

ций, учреждений, определенных как базы практики, деятельность которых связана с конфликто разрешением, и способствующих получению практических навыков. Среди задач учебной практики можно выделить воспитание устойчивого интереса к профессии.

Цель производственной практики: приобретение навыков применения технологий урегулирования конфликтов. Студент четвертого курса, получающий степень «Бакалавр», должен быть подготовлен к решению типовых задач профессиональной деятельности в учреждениях различного типа по осуществлению многообразной комплексной деятельности конфликтолога. В ряду задач особо отметим развитие профессионально значимых качеств будущих бакалавров конфликтологии, а также сбор материалов для подготовки выпускных квалификационных работ. Для анализа конфликтов в организации пригодится работа Я.П. Карташова [2]. Особенно востребован «Практикум по конфликтологии» С.М. Емельянова [1].

Для учебной практики фундаментом является освоение таких дисциплин, как: «Общая конфликтология», «Социология конфликта», «Технологии урегулирования конфликтов», «Юридическая конфликтология», «Этноконфликтология» и др., которые позволят реализовать ее цель. Для прохождения производственной практики, наряду с перечисленными, особое значение имеют «Организационная конфликтология», «Конфликтология духовной сферы», «Конфликтологический практикум».

Практики как составляющие процесса обучения и формирования профессиональной квалификации основываются на принципах: целеполагания, систематичности, связи обучения с практикой, самостоятельности. В ходе прохождения практик студенты выполняют такие виды профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, научно-исследовательская, проектно-аналитическая, профилактическая, согласительно-процессуальная.

Среди общекультурных компетенций (ОК), формируемых в ходе практик, прежде всего отметим: способность анализировать социально-значимые процессы и проблемы, умение использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач. Из профессиональных компетенций выделим: способность определять необходимые технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира; способность реализовывать социальные программы, направленные на достижение мира, социального компромисса, позитивного консенсуса, толерантности в различных сферах жизни общества; способность осуществлять конфликтологическое сопровождение деятельности организаций.

Исходя из типологии конфликтов, практики могут проводиться в законодательных собраниях и администрациях субъектов федерации и муниципальных образований, на предприятиях с

различной формой собственности, в общественных организациях, в том числе молодежных союзах и ассоциациях работодателей и предпринимателей, партиях, профсоюзах, миротворческих и волонтерских организациях, этнических диаспорах, религиозных организациях, социологических исследовательских центрах и лабораториях, на кафедрах и в лабораториях вузов, в налоговых и судебных органах, консалтинговых и маркетинговых фирмах, банках и страховых компаниях, центрах социально-психологической помощи населению.

Базами практик в Тюмени могут быть: областная и городская Думы, областная, городская и районные администрации, Арбитражный суд, Отдел соцзащиты, опеки и попечительства, Комитет по охране памятников историко-культурного наследия, отделы по делам несовершеннолетних органов внутренних дел, Тюменская областная общественная организация защиты прав потребителей «Правовое содействие», миграционная служба, Тюменский институт повышения квалификации сотрудников МВД России, Центр внешкольной работы «Дзержинец», Центр занятости населения, избирательная комиссия, депутатские приемные, центр временной изоляции несовершеннолетних правонарушителей, служба судебных приставов, филармония, театр, научная библиотека, средства массовой информации и другие организации и учреждения. Например, сотрудничество с областным советом профсоюзов может вылиться в предоставление студентам базы для практического ознакомления с трудовыми конфликтами внутри организаций, которые курируются различными отраслевыми профсоюзами.

Интересной и полезной для студентов видится прохождение практики в региональных общественных приемных политических партий, где им дается реальная возможность поработать с жалобами населения, конфликтными ситуациями, возникающими в процессе взаимодействия населения с местными органами власти и управления, общественными организациями.

Одной из баз практик может являться Тюменская государственная академия культуры, искусств и социальных технологий, система деятельности Академии во всех ее составляющих, включая взаимодействие с образовательными и другими организациями (в том числе общественными и коммерческими), структурами государственной власти. Конфликтологическое сопровождение учебного процесса, проведение диагностики, экспертизы, прогнозирование конфликтов, разработка и проведение конфликтологических тренингов. Конкретным местом проведения практик в Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий может быть правовое управление, студенческий отдел кадров, профсоюзный комитет, управление информационной политики и реализации творческих проектов.

По структуре и содержанию практик необходимо отметить следующее. Каждая из них проходит в течение двух недель, а общая трудоемкость учебной и производственной практик по 108 часов. В практиках выделяются этапы: установочный, вводный, рабочий и заключительный.

На установочной конференции студенты знакомятся с нормативными документами [5], распределяются по базам практики. Вводный этап включает экскурсию по базам практики и составление о них справок. Основной рабочий этап начинается с изучения нормативных документов, регламентирующих деятельность базы практики, ознакомления со структурой и направленностью деятельности учреждения, организации. Изучаются также архивные документы, если это возможно. Главное на этом этапе — участие в практических мероприятиях, проводимых в учреждении, организации. Посещение открытых заседаний, совещаний у руководства. Включенное наблюдение процесса деятельности. Выполнение индивидуальных заданий по указанию руководителя практики. Приобретение практических навыков по действиям в конкретной ситуации. Параллельно идет сбор материала для научно-исследовательской работы студентов, составление паспортов конфликтов, ведение дневника практики. На заключительном этапе оформляется отчетная документация по практике. На итоговой конференции происходит защита отчетов.

Говоря о методических рекомендациях, отметим, что в деятельности студентов в ходе практик выделяется ряд заданий. На этапе учебной практики превалирует аналитическое направление работы. Практиканты учатся вычленять индикаторы конфликтной ситуации, определять тип конфликта по различным основаниям. Также важно уметь выявить особенности конфликтных ситуаций и средств, используемых для их урегулирования и профилактики, описать структурные элементы, динамику конфликта.

Индивидуальным заданием является составление паспортов конкретных конфликтов, которые они изучали на базах практик. Для описания конфликта необходимо знать: характеристики конфликтующих сторон, предысторию их взаимодействий, социальную среду, в которой возник и происходит конфликт, его ход и меры по разрешению, результаты конфликта в случае его завершения или прогнозы тенденций его дальнейшего развития.

На этапе производственной практики добавляется организаторско — управленческое направление, включающее диагностику уровня конфликтности, прогнозирование возможных конфликтов, разработку профилактических мер по предупреждению конфликтов, проведение консультаций для посредничества. На основе собранных и проанализированных сведений в отношении конфликтогенных факторов организации готовится выступление на заключительной конференции по практике.

Формой аттестации по итогам практик является защита отчета. В отчете-самоанализе студента — практиканта дается характеристика базы практики. Указываются возможные затруднения в работе. Делаются выводы о реализации практических задач, поставленных руководителями. Анализируется, насколько углубились и закрепились теоретические знания. Дается оценка собственной подготовки к осуществлению деятельности конфликтолога.

Опыт проведения практик у студентов направления подготовки «Конфликтология» только начинает приобретаться. Но уже сейчас хотелось бы поделиться некоторыми соображениями. Прежде всего, представляется целесообразным наладить координацию работы всех руководителей практик. При всей специфике разных кафедр можно проводить семинары руководителей практик по обмену опытом совершенствования форм и технологий взаимодействия с работодателями, а также контроля и оценки результатов практики. Нужно создавать базу данных потенциальных работодателей, приглашать представителей организаций на институтские мероприятия: мастер-классы ведущих преподавателей, научно-практические конференции, защиты курсовых и дипломных работ, конференции по итогам практик.

Специалисты-практики приглашались автором для выступления с лекциями в процессе преподавания конфликтологических дисциплин, принимали участие в деловой игре. Руководители одной из баз практики — Тюменской областной общественной организации защиты прав потребителей «Правовое содействие» проводили практические занятия на своей территории, после чего некоторые студенты-конфликтологи стали членами этой организации. На перспективу можно предусмотреть предложение будущими работодателями дипломных проектов под заказ.

В связи с развитием законодательства о медиации, студентам-конфликтологам в будущем должна быть предоставлена возможность поработать с практикующими медиаторами. Пока в Тюмени нет таких конфликтологических центров, как в крупных городах, но можно общаться электронным способом [4].

Полученная информация с практики в дальнейшем может использоваться для составления базы данных и формирования рекомендаций по разрешению выявленных конфликтов. В перспективе этим может заниматься конфликтологическая лаборатория при кафедре.

В организации практики видится немало трудностей. Одна из них связана с изучением информации, документов, необходимых для профессионального становления, доступ к которым для студентов часто бывает ограничен (особенно в негосударственных учреждениях). Поэтому студентам надо предоставлять определенную свободу выбора во время проведения практики (способа выполнения задания, формы освоения новой информации, и т.д.). Это,

кстати, будет способствовать формированию таких качеств, как ответственность и самостоятельность, востребованных современным работодателем.

Нужно также отметить, что наши социальные партнеры недостаточно информированы о возможностях, научных и профессиональных достижениях студентов и преподавателей. И еще об одной проблеме. Можно предположить, что будут возникать вопросы по оплате руководства практикой у стороны, принимающей студентов.

Таким образом, *практика* покажет и внесет свои коррективы в организацию учебной и производственной практик у студентов-конфликтологов.

Библиографический список

1. Емельянов, С. М. Практикум по конфликтологии [Текст] : учеб. пособие / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Питер, 2009. — 384 с.
2. Карташов, Я. П. Конфликт в организации / Я. П. Карташов. — Москва : Лаборатория книги, 2010.
3. Конфликтология : учебник / допущено Министерством образования РФ в качестве учебника для студентов высших учебных заведений ; под ред. В. П. Ратникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2012. — 544 с.
4. Сайт Международной ассоциации конфликтологов «Медиация и практическая конфликтология» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://conflictology.spb.ru/>
5. Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации) № 193-ФЗ от 27 июля 2010 г.; ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров «Конфликтология», утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 24 января 2011 г. № 84; Об утверждении Положения о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования. Приказ Министерства образования и науки РФ от 25 марта 2003 г. № 1154.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аксенова Светлана Борисовна — преподаватель кафедры архитектуры и градостроительства Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: asb-001@mail.ru

Бондарчук Денис Александрович — преподаватель кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: 39td39@mail.ru

Галактионова Нелли Анатольевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: nelli.galaktionova@yandex.ru

Дубашинский Роман Юрьевич — кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник Белорусского государственного архива-музея литературы и искусства. E-mail: romance@tut.by

Дубровина Алена Владимировна — старший преподаватель кафедры дизайна костюма Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий, аспирант кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: aliona-doubrovina@yandex.ru

Захарова Людмила Николаевна — доктор философских наук, профессор кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: zaharova40@mail.ru

Иванова Ольга Александровна — старший преподаватель кафедры архитектуры и градостроительства Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: ivanova_olga_72@mail.ru

Кичерова Марина Николаевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и экономической социологии Тюменского государственного университета. E-mail: marina-kicherova@yandex.ru

Кошетарова Людмила Николаевна — кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: ljudmila-k2002@mail.ru

Молоков Сергей Матвеевич — кандидат исторических наук, доцент кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: S.M.MOLOKOV@mail.ru

- Пухов Евгений Сергеевич** — преподаватель кафедры архитектуры и градостроительства Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: concept72@bk.ru
- Светлакова Оксана Алексеевна** — кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: 910845@mail.ru
- Семешко Наталья Анатольевна** — доцент кафедры вокального искусства Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: semeshkona@rambler.ru
- Соловьева Анастасия Анатольевна** — преподаватель кафедры архитектуры и градостроительства Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: a.solo80@mail.ru
- Татаринцев Владислав Александрович** — аспирант кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: vlad-tat@mail.ru
- Титовец Александр Викторович** — кандидат филологических наук, старший научный сотрудник ГНУ «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси». E-mail: altsitavets@mail.ru
- Фахрутдинова Флера Давлятшевна** — кандидат культурологии, доцент кафедры декоративно-прикладного искусства и этнодизайна Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: fleraf@mail.ru
- Федоров Роман Юрьевич** — кандидат философских наук, старший научный сотрудник ФГБУН «Институт криосферы Земли СО РАН». E-mail: r_fedorov@mail.ru
- Черниева Зинаида Леонидовна** — искусствовед, кандидат культурологии, доцент кафедры истории, искусствоведения и музейного дела Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий, член Союза художников. E-mail: zchernieva@mail.ru
- Шацких Любовь Владимировна** — кандидат исторических наук, доцент кафедры культурологии и социально-культурных технологий Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий. E-mail: czvikker@bk.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Aksenova Svetlana B. — lecturer at the Department of architecture and urban planning Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: asb-001@mail.ru

Bondarchuk Denis A. — lecturer at the Department of directing theatrical performances and festivals Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: 39td39@mail.ru

Galaktionova Nellie A. — candidate of philological Sciences, associate Professor of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: nelli.galaktionova@yandex.ru

Dubashinskiy Roman Yu. — candidate of philological Sciences, senior researcher of the Belarusian state archives-Museum of literature and art. E-mail: romance@tut.by

Dubrovina Alena V. — senior lecturer of the Department of costume design Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies, postgraduate student of the Department of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: aliona-dubrovina@yandex.ru

Zaharova Lyudmila N. — doctor of philosophical Sciences, Professor of the Department of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: zaharova40@mail.ru

Ivanova Olga A. — senior lecturer in the Department of architecture and urban planning Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: ivanova_olga_72@mail.ru

Chicherova Marina N. — candidate of sociological Sciences, associate Professor of General and economic sociology of Tyumen state University. E-mail: marina-kicherova@yandex.ru

Kochetarova Lyudmila N. — candidate of philosophical Sciences, associate Professor of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: ljudmila-k2002@mail.ru

Molokov Sergei M. — candidate of historical Sciences, associate Professor of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: S.M.MOLOKOV@mail.ru

Pukhov Evgeny S. — lecturer at the Department of architecture and urban planning Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: concept72@bk.ru

- Svetlakova Oksana A.** — candidate of philosophical Sciences, associate Professor of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: 910845@mail.ru
- Semashko Natalia A.** — associate Professor of vocal arts Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: semeshkona@rambler.ru
- Solovyov Anastasia A.** — lecturer at the Department of architecture and urban planning Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: a.solo80@mail.ru
- Tatarintsev Vladislav A.** — postgraduate student of the Department of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: vlad-tat@mail.ru
- Titovets Alexander V.** — candidate of philological Sciences, senior researcher of the state scientific institution «research Center of Belarusian culture, language and literature of the National Academy of Sciences of Belarus». E-mail: altsitavets@mail.ru
- Fakhrutdinova Flera D.** — candidate of Culturology, Professor of the Department of decorative and applied arts and anodizing Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: fleraf@mail.ru
- Fedorov Roman Yu.** — candidate of philosophical Sciences, senior researcher of FSBI «the Earth cryosphere Institute SB RAS». E-mail: r_fedorov@mail.ru
- Czerniawa Zinaida L.** — critic, candidate of Culturology, associate Professor of history, art history and Museum Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies, member of Union of artists. E-mail: zchernieva@mail.ru
- Shatskikh Lubov V.** — candidate of historical Sciences, associate Professor of cultural studies and socio-cultural technologies Tyumen state Academy of culture, arts and social technologies. E-mail: czvikker@bk.ru

**ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛАМ,
представляемым к публикации в журнале
«Вестник Тюменской государственной академии культуры,
искусств и социальных технологий»**

К печати принимаются материалы, содержащие результаты ранее не публиковавшихся самостоятельных научных исследований авторов. Тематика публикаций должна отвечать направлениям Вестника, (в присланных материалах необходимо указывать название направления журнала).

Магистранты должны предоставить письмо-рецензию, подписанное научным руководителем.

О материале, отклоненном от публикации, редакция сообщает автору. Рукописи не возвращаются.

Рукопись в электронном виде направляется на электронный адрес vestniktgakiist@mail.ru

Параметры представляемых материалов: объем статьи не должен превышать 15 страниц (40 тыс. знаков, включая пробелы и библиографический список); формат А4, поля с каждой стороны — 2 см, межстрочный интервал — 1,5, кегль — 14, абзацный отступ — 1 см., расширение документа *.doc.

Нумерация страниц не ставится. Табуляция, принудительные переносы, увеличенные интервалы между абзацами не используются, не должны проставляться лишние пробелы и пустые абзацы. Между инициалами и фамилией необходимо проставлять пробел, например: И.И. Иванов.

Файл может содержать таблицы. Они набираются 14 шрифтом через один интервал без заливки.

Графики, рисунки, иллюстрации, диаграммы и др. прилагаются в электронном виде отдельным файлом; они должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт Times New Roman)

Первая страница текста должна содержать следующую информацию:

- *на русском языке*
- УДК (индекс универсальной десятичной классификации);
- заголовок (название) статьи;
- фамилия, имя, отчество автора (авторов — в алфавитном порядке);
- полное название организации — места работы автора (авторов);
- должность, звание, ученая степень автора (авторов);
- адрес электронной почты автора (авторов);
- контактный телефон и почтовый адрес;

- аннотация (3-4 предложения, объем не более 0,5 страниц);
- ключевые слова или словосочетания (5–7);
- текст статьи;
- пристатейный библиографический список.
- ▣ *на английском языке (перевод)*:
 - фамилия, имя автора (авторов);
 - полное название организации — места работы автора (авторов);
 - название статьи;
 - аннотация;
 - ключевые слова.

Статья должна быть написана в научном стиле, четко, ясно, без повторений и тщательно выверена.

Сокращения слов (аббревиатуры) допускаются для повторяющихся в тексте ключевых выражений или для часто употребляемых терминов, при этом все сокращения должны быть сначала приведены в статье полностью. Количество сокращений не должно быть более 5–6.

Таблицы и рисунки должны быть построены наглядно и иметь название; их заголовки — соответствовать содержанию граф, все цифры в таблицах — тщательно выверены автором.

Материал научной статьи должен быть выстроен в логической последовательности, которая предполагает:

- постановку проблемы и анализ существующих подходов к ее решению;
- описание методического замысла и процедуры его реализации;
- обоснование основных исследовательских результатов и их научную интерпретацию;
- формулирование основных теоретических выводов и их аргументацию;
- разработку конкретных рекомендаций для работы специалистов в соответствующей сфере.

Список источников и литературы должен содержать не менее 5 позиций.

Ссылки на источники и литературу в тексте должны быть указаны в квадратных скобках [номер источника по библиографическому списку], в случае дословного цитирования источника необходимо указывать номера цитируемых страниц [номер источника по библиографическому списку, номера цитируемых страниц].

Источники в пристатейном библиографическом списке следует составить в алфавитном порядке и пронумеровать; каждый оформляется с новой строки. В списке перечисляются только те источники, ссылки на которые приводятся в тексте.

Библиографические списки оформляются в соответствии с ГОСТ 7.1 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.80-2000

«Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления», описание электронных ресурсов — по ГОСТ 7.82 2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и составления». Сокращение слов в библиографической записи на русском языке производится строго по ГОСТ 7.12 2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила».

Источники на иностранных языках приводятся после отечественных. Фамилии иностранных авторов даются в оригинальной транскрипции.

За правильность приведенных в библиографическом списке данных ответственность несут авторы.

Все представленные работы редакция журнала направляет на рецензирование. Решение о публикации принимается редакционной коллегией на основании экспертных оценок рецензентов с учетом соответствия представленных материалов тематической направленности журнала, их научной значимости и актуальности.

Статья, нуждающаяся в доработке, направляется автору с замечаниями рецензента.

Автор должен учесть все замечания, сделанные в процессе рецензирования и редактирования статьи, ответить на каждое из замечаний; в случае несогласия с рецензентом кратко и четко обосновать свою позицию.

Адрес научного отдела

*Тюменской государственной академии культуры,
искусств и социальных технологий:*

625003, Россия, г. Тюмень, ул. Республики, д.19, каб. 303

Тел./факс: (3452) 29-70-64

Е-mail научного отдела: nauka_tgaki@mail.ru

Содержание

Раздел I

ФИЛОСОФИЯ. КУЛЬТУРОЛОГИЯ. МУЗЕОЛОГИЯ

<i>Галактионова Н.А.</i> Культурное пространство области: перспективы становления культурной идентичности тюменцев	8
<i>Дубашинский Р.Ю., Татаринцев В.А., Титовец А.В., Федоров Р.Ю.</i> Традиционная культура и актуальные проблемы современности	20
<i>Дубровина А.В.</i> Мода и благо	30
<i>Захарова Л.Н.</i> Цикличность в искусстве	36
<i>Серяков А.В.</i> Особенности современного авангардизма	43
<i>Фахрутдинова Ф.Д.</i> Региональные особенности татарского костюма	54

Раздел II

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>Бондарчук Д.А.</i> К вопросу операционализации понятия «шоу-бизнес»	64
<i>Кошетарова Л.Н.</i> Самореклама как форма проявления человеческой сущности	69
<i>Семешко Н.А.</i> Вопросы воспитания выпускника творческого вуза, конкурентоспособного на международном рынке труда	78
<i>Шацких Л.В.</i> Плакат эпохи модерна	82

Раздел III

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

<i>Черниева З.Л.</i> Символическая образность в современном тюменском изобразительном искусстве	92
--	----

Раздел IV

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

<i>Аксенова С.Б., Иванова О.А., Пухов Е.С., Соловьева А.А.</i> Благоустройство городского сквера: проблемы и пути их решения	100
<i>Кичерова М.Н., Светлакова О.А.</i> Интерактивные формы и методы обучения студентов в оценках преподавателей высшей школы	105
<i>Молоков С.М.</i> Организация практики для студентов направления «Конфликтология»	116
<i>Сведения об авторах</i>	123
<i>Требования к материалам, представляемым к публикации в журнале</i>	127